

Pirelli cambia marcia e declina la prossima campagna di sell out invernale con un taglio meno altisonante, ma più concreto e orientato al rivenditore. "Crediamo molto in questa campagna invernale, che nasce dall'ascolto delle esigenze dei nostri principali dealer. La promozione è meno autoreferenziale e più mirata ad incrementare il business e l'efficienza del gommista, soprattutto in una fase della sua professione in cui i cambiamenti sono particolarmente repentini", spiega Giovanni Ricci, responsabile marketing di Pirelli.

Il titolo della campagna è "Anticipa la tua voglia di inverno" e l'obiettivo è convincere gli automobilisti a fare il cambio gomme per tempo, in modo da aiutare i gommisti a rendere più stabile il business, distribuire i costi fissi e gestire il picco stagionale, senza perdere opportunità.

Giovanni Ricci sottolinea come, grazie alle campagne di sensibilizzazione sulla sicurezza e sui pneumatici invernali promosse in questi anni da produttori, gommisti e associazioni, oggi il cambio gomme è percepito come un'operazione di routine importante per la sicurezza personale. "Ora è arrivato il momento di insegnare al consumatore quali sono le tempistiche e come scegliere il professionista giusto e il prodotto giusto. Dopo la prima fase divulgativa, dobbiamo fare lo sforzo di educare gli automobilisti italiani sui contenuti e noi cerchiamo di farlo con questa campagna", spiega Ricci.

La promozione inizia il 1° ottobre e termina il 30 novembre, due mesi durante i quali i consumatori vengono incentivati ad anticipare il cambio gomme con degli sconti: in ottobre di 100 euro su un set di pneumatici da un minimo di 17 pollici e di 50 euro per i 16 pollici; in novembre con sconti rispettivamente di 70 e 30 euro. La campagna è valida per tutta la gamma invernale vettura, SUV e trasporto leggero e focalizza l'attenzione in particolare sulla serie Sottozero 03, un prodotto di punta, innovativo per mescole e disegno battistrada, che - dice Ricci - "dovrebbe disegnare una linea di demarcazione importante nel nostro futuro". Una promozione simile è prevista anche sui prodotti estivi, per consentire anche a chi opera nelle regioni più calde d'Italia di promuovere il proprio business.

Testimonial della campagna invernale è un pupazzo di foglie con una spruzzatina di neve in testa, che rappresenta l'autunno. L'invito è ad anticipare, appunto in autunno, la voglia d'inverno e la voglia di guidare con pneumatici prestazionali. Se ben equipaggiata, la macchina può infatti offrire agli automobilisti, anche in inverno, emozioni di guida e senso di sicurezza.

Patrizia Baroni, responsabile delle promozioni rivolte al consumatore di Pirelli, spiega che "il claim riprende il tema dell'anno scorso 'Fai dell'inverno la miglior stagione per guidare'.

Per Pirelli infatti l'inverno non deve essere un problema da risolvere, ma un'opportunità per godere delle prestazioni dei pneumatici." La campagna verrà promossa, oltre che nei canali digital più moderni, anche nei canali di comunicazione più tradizionali: affissioni, gonfaloni, camion vela, volantaggio, pagine stampa. "Il visual è declinabile in tutti i formati e verrà lanciato a livello locale, in collaborazione con i rivenditori", spiega Baroni. "Inoltre per Driver è prevista una campagna radio a livello nazionale e locale, che parlerà sia della rete che della promozione."

Per quanto riguarda l'attivazione del buono sconto, il meccanismo è molto semplice: il consumatore accede al sito Pirelli e inserisce pochi dati per ricevere via email o sms il codice di sconto con cui recarsi dal rivenditore.

"Ormai siamo pronti al lancio - aggiunge la responsabile promozioni - e per farlo nel modo migliore siamo vicini ai rivenditori, con il nostro team, con il materiale pubblicitario da esporre nel punto vendita e con la consulenza mirata per rendere efficace al massimo la promozione, supportando il rivenditore sia sulla parte visiva (dove e come collocare gli strumenti pubblicitari), sia sulla parte verbale (come presentare l'iniziativa)".

"Siamo convinti che la promozione avrà molto successo, anche perché è molto sentita dai rivenditori, che sono entusiasti e ne apprezzano in particolare la praticità e la concretezza", conclude Ricci.

 Per ulteriori dettagli sulla promozione: www.pirelli.it/inverno2013

© riproduzione riservata
pubblicato il 2 / 10 / 2013