Durante la SuperService Connection 2015, alla presenza di oltre 400 partecipanti, è stata presentata la nuova visione SuperService, che vuole sostenere i rivenditori specializzati nel complesso contesto economico attuale.

In un mercato caratterizzato da forte stagionalità, alta concentrazione degli operatori e consumatori sempre più consapevoli e meno fedeli, la risposta di SuperService si basa su 3 parole chiave: connessione, servizio e semplicità. Il consumatore di oggi si informa in autonomia e con spirito critico. I consumatori di domani avranno approcci all'acquisto ancora più evoluti. Diventa fondamentale creare una "connessione" costante e credibile con il consumatore, che prescinda dalle tradizionali attività di promozione e permetta di offrire nuove esperienze d'acquisto.

Per connettersi ai nuovi bisogni dei clienti e attirarli nel punto vendita è necessario puntare sulla diversificazione e sulla qualità del servizio, con un'offerta che affianchi al business dei pneumatici altri servizi per l'auto, rendendo più semplice possibile l'esperienza d'acquisto. In questa direzione si orienta la partnership siglata con GroupAuto Italia (attraverso la società di servizi IAS) gruppo d'acquisto leader da oltre 40 anni nella distribuzione di ricambi e attrezzature, dedicata a supportare i rivenditori nell'integrazione di servizi di meccanica. Una collaborazione pensata per chi vuole il miglior sistema di banca dati e gestionale, un pacchetto formativo completo e consegne rapide, senza gestione del magazzino.

La nuova proposta di diversificazione di SuperService si amplia di altri servizi accomunati da semplicità, rapidità di introduzione e un interessante ritorno sull'investimento. Tra questi la pulizia interna ed esterna dell'auto, in partnership con Limpo, e l'oscuramento dei vetri, grazie alla collaborazione con Foster.

Strategico inoltre il lancio della partnership con Payback, il programma fedeltà leader in Italia,a cui già aderisce una famiglia su quattro. La Rete SuperService sarà partner in esclusiva di Payback fino al 2017.

La formazione, pilastro di SuperService con oltre 1.200 persone in aula, si arricchisce con Goodyear Training Camp: il portale che offre corsi online estendibili a tutti gli addetti del punto vendita e che favorisce la connessione con i rivenditori con la sezione forum.

L'offerta SuperService facilita il rivenditore nella gestione del punto vendita con nuove iniziative, come l'aggiornamento del gestionale di rete e accordi di fornitura per le principali voci di spesa del punto vendita, rinnovando anche l'immagine con una nuova linea di abbigliamento.

E se tutto questo non fosse abbastanza, SuperService offre anche un pacchetto di servizi dedicato, ad alto contenuto consulenziale,che tocca anche il business Autocarro.

“Con la nuova proposta SuperService, Goodyear Dunlop rafforza gli investimenti e conferma la centralità della Rete all’interno della sua strategia”, commenta Matteo Castelli, Retail Manager Goodyear Dunlop Tires Italia.

© riproduzione riservata
pubblicato il 20 / 02 / 2015