Il sito Uniroyal si rinnova e rilancia il brand, avvicinandosi sempre più al consumatore, con un maggiore focus sulla comunicazione online. La nuova strategia punta fortemente sulle necessità dell'utente che si orienta attraverso il web, mantenendo la propria propensione all'acquisto presso il punto vendita fisico.

Il restyling del sito uniroyal-pneumatici.it ha comportato non soltanto la rivisitazione del design, più moderno e adatto alla lettura da qualsiasi dispositivo, ma anche **l'aggiunta di nuove funzionalità** che consentono di individuare il pneumatico più adatto alle proprie esigenze attraverso la ricerca "trova il tuo pneumatico", in base alla stagione dell'anno e al veicolo, nonché il rivenditore più vicino, attraverso la ricerca "trova il tuo rivenditore". Il progetto di rilancio del brand, inoltre, **prevede l'aggiunta di nuovi contenuti che verranno integrati nei prossimi mesi.**

"Oggi il cosiddetto "customer journey", specie nella fase della ricerca e valutazione delle alternative, è pressocchè esclusivamente basato sul web – spiega Alessandro Cerutti, direttore Commerciale PLT Replacement di Continental Italia. I consumatori, anche se in maggioranza propensi all'acquisto tradizionale, si documentano mediante internet.

Il web è quindi il "posto" dove i clienti formano la propria opinione. Essi si aspettano di trovare in internet tutte le informazioni necessarie a scegliere. Noi vogliamo esserci per raccontare ai consumatori, in modo efficace ed ingaggiante, i valori del nostro marchio, dei nostri prodotti, della nostra rete".

Gli sviluppatori hanno anche lavorato per rendere più dinamico il sito e migliorare l'indicizzazione Google, senza dimenticare il ruolo irrinunciabile della rete di professionisti Pneus Expert come punto di riferimento per il consumatore, con l'obiettivo di costruire traffico ai punti vendita.

"Pensiamo che, nel nostro settore, **sia più importante valorizzare il servizio e la rete di partner rivenditori** – prosegue Cerutti – Uniroyal ha alle spalle una storia gloriosa, che negli ultimi 25 anni si è arricchita e rafforzata con la rete Pneus Expert. Un vantaggio competitivo unico, a cui non intendiamo rinunciare. Per questo nel nostro approccio web la componente "punto vendita raccomandato" sarà davvero dominante. Non neghiamo di certo la digital transformation in atto, ma cerchiamo di interpretarla in modo organico e costruttivo insieme ai nostri partner e distributori e rivenditori".

Le parole chiave che caratterizzano la rinnovata immagine del brand sono "sicurezza", "tecnologia", "accessibilità" e "ottimismo", con l'obiettivo di trasmettere al consumatore il messaggio della guida sicura, specialmente in condizioni di strada bagnata. I prodotti

Uniroyal sono infatti sempre presentaticon un’immagine che richiama la pioggia.

Nuovo approccio, quindi, all’insegna dell’innovazione, ma anche della continuità nella grande rete di Pneus Expert. Una storia che racconta, in 25 anni di successi, un legame indissolubile tra gli affiliati alla reteed Uniroyal, il pneumatico pioggia per eccellenza.

© riproduzione riservata
pubblicato il 18 / 11 / 2016