

Digital, Retail, Insegna, Valore, Esperienza, Redditività. Sono questi i punti cardine della strategia Driver per il 2017 e, non è un caso che, mettendo insieme le iniziali di queste parole, si ottenga proprio il nome della catena retail di Pirelli.

Con questo gioco di parole ha preso avvio la Convention Driver 2017, tenutasi lo scorso 21-22 gennaio a Roma. Nella città eterna, Driver ha voluto far incontrare la sua "rete di talenti", e raccontare le numerose novità che ha in serbo per l'anno appena iniziato.

A partire dalla "rivoluzione digitale". Per rispondere in modo sempre tempestivo alle crescenti e diversificate richieste del mercato, la rete di rivenditori specializzati di Pirelli ha infatti intensificato quel processo di digitalizzazione sia all'interno sia all'esterno del punto vendita, già avviato con successo lo scorso anno. La digitalizzazione deve far parte di tutte le fasi del processo di acquisto: prima, durante e dopo. In quest'ottica vanno letti i costanti e crescenti investimenti che Driver porta avanti per mettere a disposizione della propria rete sempre nuovi canali, nuove leve e nuovi strumenti di comunicazione: dall'implementazione di schede Google my business, alla creazione di nuovi canali social passando per lo sviluppo di App dedicate.

Solo lo scorso anno sono stati 5 milioni gli utenti che hanno visualizzato le schede Google my business create da Driver per i punti vendita, e più di 100.000 sono state le chiamate e gli avvii di navigazione direttamente da mobile. Per il 2017 le schede verranno ulteriormente arricchite, e presenteranno ad esempio servizi fotografici e tour virtuali dei punti vendita, rendendoli così ancora più attraenti per gli utenti.

Un altro servizio di grande successo, che verrà ulteriormente implementato nel corso di quest'anno, è l'APP Driver Connect: una sorta di libretto digitale per ricordare all'utente le principali scadenze dei propri veicoli, richiedere anche tramite questo strumento prenotazioni e preventivi e restare sempre informato sulle ultime promozioni.

A dimostrazione dell'importanza che i nuovi strumenti digitali ricoprono nella strategia Driver, nel 2017 verranno organizzati per gli affiliati dei corsi pratici per l'utilizzo dei nuovi canali di comunicazione digital e social. Si tratta di una delle numerose possibilità formative messe a disposizione da Driver e che sono consultabili su Tyre Campus. Tyre Campus è una piattaforma online di Pirelli dedicata alla formazione del personale di tutto il mondo con la quale è possibile gestire l'offerta formativa, adesioni e certificazione dei corsi, anagrafiche e percentuali di raggiungimento degli obiettivi. Obiettivo del progetto è facilitare la gestione di comunicazione e organizzazione dei corsi a catalogo oltre che informatizzare i dati per migliorarne uso e statistiche, quest'ultime da adoperare per certificare ad ogni PdV i progressi fatti e per coadiuvare la fase di progettazione dei successivi periodi di formazione.

Solo lo scorso anno sono stati attivati 60 corsi di formazione dedicati, che hanno coinvolto oltre 500 persone.

Il secondo pilastro della strategia Driver 2017 è il Retail, ovvero il punto di contatto tra consumatore e mercato. Con 405 punti vendita e oltre 2000 professionisti affiliati, per l'anno in corso Driver ha studiato diversi strumenti per promuovere ancora di più la rete e disegnare l'offerta intorno ai bisogni del cliente: un esempio sono le iniziative promozioni di rete.

Sempre nell'ottica di lavorare sull'aumento dell'awareness della rete, e soprattutto della sua visibilità e della sua insegna, ci sono poi le diverse sponsorizzazioni che vedranno coinvolta Driver anche per quest'anno.

Tutti progetti che contribuiranno, come spiegato durante la Convention, a rafforzare l'Insegna Driver e creare valore per gli affiliati e per i clienti.

Gli ultimi due punti cardine della strategia Driver per il 2017 saranno poi l'"esperienza" (intesa come esperienza di acquisto sempre migliorata) e la "redditività". A questo proposito Driver ha previsto convenzioni e finanziamenti per l'acquisto di attrezzature e l'implementazione di servizi per i suoi affiliati.

Al termine della Convention, a dimostrazione che per Driver la vera forza ed i veri protagonisti della rete sono i suoi dealer, è stata organizzata una sorpresa speciale: gli affiliati sono stati condotti a Cinecittà dove, sotto le direttive di un vero regista, sono diventati gli attori del prossimo spot Driver. Il film Driver per il 2017 è già iniziato.





© riproduzione riservata
pubblicato il 30 / 01 / 2017