

Il progetto Click2Sell era già stato **presentato in Regno Unito**, ma adesso è operativo anche in Italia. Dopo il lancio della fase test ad ottobre 2016, a partire dal 3 aprile 2017 i rivenditori specialisti aderenti al partenariato Mastro Michelin potranno creare e personalizzare autonomamente, con pochi semplici click, il loro sito web aziendale.

Oltre alle informazioni di base e alla geo-localizzazione dei punti di vendita, il sito permetterà al consumatore di visualizzare l'offerta di pneumatici proposta dal Mastro Michelin e i relativi prezzi, ordinare i pneumatici online pagandoli in negozio, prenotare un appuntamento o semplicemente chiedere un preventivo.

Nel sito il consumatore troverà inoltre le informazioni su tutti i servizi legati al pneumatico e alla manutenzione del veicolo offerti dal Mastro Michelin nel suo punto di vendita.

Per supportare i propri partner nella creazione del sito internet, oltre che nel suo continuo aggiornamento, Michelin ha incaricato un'agenzia specializzata di fornire assistenza nella gestione e promozione del sito per accrescerne la visibilità nei motori di ricerca.

“Con il progetto Click2Sell, l'obiettivo di Michelin è quello di supportare i nostri partner Mastro perché siano attori della profonda trasformazione digitale in corso. Questo progetto permetterà loro di rendersi maggiormente visibili al consumatore finale, che sempre più utilizza il web alla ricerca di informazioni nel periodo precedente l'acquisto. Il sito permetterà anche di valorizzare la professionalità, la competenza e l'esperienza dei nostri partner tramite la promozione dei loro servizi”, ha affermato C. Mazzearella, program manager distribuzione Italia di Michelin.

© riproduzione riservata
pubblicato il 9 / 05 / 2017