

L'offerta postvendita di Renault si allarga e aggiunge al portafoglio prodotti e servizi anche i pneumatici Motrio. La sede italiana della casa francese dichiara che l'operazione è stata realizzata "per rispondere alla sempre più crescente esigenza dei clienti post-vendita di avere prodotti e servizi a prezzo fisso e trasparente" e per questo motivo anche Renault Italia, dopo le colleghe filiali di altri 7 paesi europei, ha deciso di lanciare i pneumatici Motrio, che saranno disponibili da febbraio 2011 presso tutta la Rete di Concessionarie Renault. Renault è la prima casa automobilistica a commercializzare una gamma di pneumatici con il proprio marchio, specificatamente sviluppata da uno dei più importanti produttori europei di pneumatici. Dopo il grande successo ottenuto nel 2010 in Francia, Portogallo, Germania, Turchia, Romania, Spagna e Belgio, Renault Italia auspica un grande interesse anche da parte dei propri clienti.

Fin dalla sua creazione nel 1998, l'obiettivo di Motrio è stato di accompagnare nel post-vendita i clienti Renault per il maggior tempo possibile, con un'offerta completa su più di 8.000 referenze a prezzo vantaggioso. L'intera gamma Motrio è fabbricata dai più grandi produttori di parti di ricambio e copre soprattutto l'ambito della manutenzione del veicolo ma estendendosi anche ad alcune parti di meccanica.

Jacques Daniel, Direttore Post-Vendita Mondo dei marchi Renault, Dacia, e Samsung Motors, sottolinea che "la gamma di prodotti Motrio ha già conseguito risultati molto positivi dalla propria nascita 12 anni fa, ma il lancio dei pneumatici Motrio è una tappa importantissima nello sviluppo di questa gamma complementare di prodotti post-vendita del gruppo: è un prodotto di conquista, i pneumatici infatti costituiscono uno dei primi motivi di ingresso in officina».