La rivista americana Modern Tire Dealer riporta che, dopo più di tre anni dal lancio della piattaforma di e-commerce negli Stati Uniti, Michelin North America ha deciso di chiuderla. Il produttore ha sospeso, infatti, tutte le vendite di pneumatici per autocarri leggeri e vetture dirette al consumatore finale a partire dal 30 aprile.

Michelin è stato il secondo maggiore produttore di pneumatici a creare una piattaforma online per vendere pneumatici direttamente ai consumatori. Goodyear Tire & Rubber Co. è stato il primo, con la [piattaforma lanciata nel 2015](#). Michelin è entrata nella mischia a settembre 2016 con il suo marchio [BFGoodrich](#) e nel dicembre dello stesso anno [ha iniziato a vendere pneumatici online su **www.michelinman.com**](#). L'azienda ha anche venduto i pneumatici Uniroyal online ai consumatori (in Usa Uniroyal è di proprietà Michelin).

Yahn Heurlin è direttore del marketing per le attività business-to-consumer di Michelin. Ha spiegato in dettaglio i motivi alla base della decisione durante un'intervista esclusiva con Modern Tire Dealer. Secondo Heurlin, la decisione è figlia della triplice strategia di e-business dell'azienda:

- E-commerce
- Lead generation, conversione e nurturing
- Sviluppo di piani aziendali condivisi con altri principali rivenditori online

*“Quando abbiamo avviato l’iniziativa e-commerce, abbiamo affermato fin dal primo giorno che il nostro obiettivo non era di **diventare noi stessi un rivenditore online.**”*

Heurlin afferma che Michelin voleva studiare e sviluppare le competenze nel percorso che il consumatore compie mentre acquista pneumatici online, incluso il modo in cui il percorso online porta alla visita di un cliente in un negozio reale. L'obiettivo era quello di “diventare gli esperti del settore”.

Ora, il produttore di pneumatici si concentrerà sui prossimi due punti della strategia della lista originale.

Secondo il manager “la decisione di chiudere non è stata una conseguenza di una reazione negativa dei gommisti americani. È chiaramente un esempio della nostra strategia iniziale. Non siamo qui per vendere pneumatici online. Siamo qui per conoscere i percorsi di acquisto. Abbiamo imparato molto e vogliamo sfruttare queste intuizioni e concentrarci sugli altri due pilastri.”

Nel 2016, Michelin North America aveva già sospeso il programma OnSite, che prevedeva l'acquisto dei pneumatici online o via telefono e il successivo montaggio in un luogo e orario scelto dall'acquirente. Il programma era in fase di test nella zona di Raleigh-Durham, North Carolina, dal mese di agosto del 2015: [QUI PIU' INFO](#).

“Vogliamo accelerare le iniziative di marketing basate sui dati relative alla generazione di lead, alla conversione e al nurturing (attività di web marketing funzionali ad instaurare una relazione con il lead (contatto del potenziale cliente) tramite diversi canali web che mirano ad una conversione (cliente), ndr). E vogliamo accelerare lo sviluppo di quei piani di e-business condivisi con i nostri diversi clienti. C'è una grande opportunità in queste due dimensioni.”

Il prossimo passo?

Per quanto riguarda i suoi prossimi passi, Heurlin afferma che includerà collaborazioni con rivenditori online come Simple Tire LLC e Tire Rack, nonché con i rivenditori che hanno negozi fisici e vetrine online. Ma ci saranno collaborazioni anche con aziende generaliste come Walmart e Amazon. Ci saranno diverse partnership basate sulle diverse esigenze e dinamiche in quei segmenti di mercato.

Heurlin ha fornito un esempio di come Michelin potrebbe utilizzare i dati durante la collaborazione con un altro player online: *“Tire Rack ha una forte influenza quando si tratta del mercato invernale negli Stati Uniti. Vogliamo fare qualcosa in particolare con per il mercato invernale. Vogliamo aiutare i consumatori a capire meglio ciò che è importante, ciò che è fondamentale per scegliere un pneumatico invernale? E possiamo progettare insieme offerte interessanti o attività di CRM per quei consumatori? Questo è il tipo di cosa su cui vogliamo concentrarci insieme.”*

E in Italia?

A marzo 2020 abbiamo pubblicato un articolo dove Michelin affermava che stava riorganizzando il sito italiano, rendendo possibile comprare, in partnership con il comparatore di prezzi Rezulteo, i pneumatici direttamente online, sia dai rivenditori che partecipano al progetto Click2Sell, sia da Gommadiretto: [LEGGI L'ARTICOLO CLICCANDO QUI](#).