

Un e-commerce di pneumatici in cui l'utente paga l'acquisto direttamente al gommista, a lavoro ultimato, in totale sicurezza. E' questo il principale vantaggio che Gommistadifiducia.it offre ai suoi utenti.

In un mercato particolarmente affollato da numerosi player nazionali e internazionali, come oggi si presenta quello dei pneumatici online, questo portale vuole distinguersi e creare valore non solo per il cliente, ma anche e soprattutto per il rivenditore. La mission di Gommista di Fiducia, come lascia intendere il nome, è infatti quella di restituire al rivenditore specializzato un ruolo chiave nel rapporto con il cliente e di fargli esprimere la sua competenza di esperto in sicurezza e confort di guida. Un ruolo che, spesso, è sminuito dagli shop online per cui lo specialista non è nulla di più che un installatore convenzionato di pneumatici venduti da altri.

Fedeli a questa missione, i fondatori di Gommista di Fiducia, Giovanni Palmeri (del gruppo Palmeri Pneumatici - Marco Polo) e Domenico Mercurio (del gruppo DPM - DFM), hanno voluto incontrare i circa 200 affiliati, tutti delle aree di competenza delle due aziende, ossia Campania, Puglia, Basilicata, Calabria e Sicilia, che oggi fanno parte del network, e lo hanno fatto con un Roadshow di 7 tappe durato 5 settimane.

✖ Tra gli argomenti trattati nei diversi meeting: l'analisi delle iniziative commerciali portate avanti nel 2015 e, soprattutto, le interessanti anticipazioni sulle strategie che saranno messe in atto sin dai primi mesi del 2016. Prima fra tutte, una nuova *release* della piattaforma web, già frequentemente aggiornata, che si presenterà in una veste sempre più *user friendly*: il carrello sarà raggiungibile con meno click e, grazie alla tecnologia *responsive*, la navigabilità sarà ancor di più ottimizzata per tutti i device, in particolare per smartphone e tablet. Si stima, infatti, che il 45% degli acquisti online, oggi, sia compiuto tramite dispositivi mobili.

“Internet è la sfida del presente, non più del futuro — afferma Alfio Pappalardo, direttore vendite del gruppo Palmeri — e con questo progetto vogliamo coinvolgere i migliori gommisti d'Italia nell'evoluzione del mercato dei pneumatici; un'evoluzione inarrestabile delle abitudini d'acquisto degli automobilisti contemporanei; una serie di cambiamenti che abbiamo il dovere di accogliere come delle opportunità e, magari, di determinare noi stessi con le nostre prossime mosse”.

Tra le mosse vincenti che Gommista di Fiducia sta compiendo è il caso di citare, infatti, gli importanti investimenti nelle politiche commerciali e nell'assortimento: oltre 20 marche nei principali segmenti, inclusi scooter, moto e winter, con prezzi molto competitivi. Inoltre, tutti i pneumatici acquistati tramite il sito sono coperti da una polizza assicurativa contro

foratura e urti accidentali, inclusa nel prezzo.

“Il mercato dei pneumatici è profondamente cambiato — conclude Pappalardo — e mi riferisco in particolare alla diffusione degli e-commerce che hanno determinato una netta contrapposizione tra il mondo dei gommisti e quello di internet. Oggi, grazie a Gommista di Fiducia, internet diventa uno strumento alleato dei gommisti”.

In sintonia con lo spirito propositivo del brand, il roadshow Gommista di Fiducia si conclude con un obiettivo di crescita ben preciso: raggiungere quota 250 affiliati entro il 2016.

