Ebbene sì, oltre il 66% dei 673 lettori che hanno risposto al nostro ultimo sondaggio utilizza i social network per promuovere la propria attività in rete. Facebook, Twitter, LinkedIn diventano insomma anche per il mondo dei gommisti un'opportunità per mettersi in contatto in tempo reale con i clienti, acquisirne di nuovi e condividere informazioni, offerte e anche battute, immagini e video divertenti o appassionanti.

Fa tutto parte della nuova diffusa strategia di maggior attenzione al consumatore rispetto al passato, con l'obiettivo di conquistarlo e fidelizzarlo. Anche i social network diventano quindi uno strumento importante per diffondere contenuti in maniera efficace e interagire con i proprio clienti, che diventano anche fonte di passaparola con i loro amici. I benefici commerciali sono vari e consentono di aumentare la visibilità del negozio e incrementare le visite al proprio sito web.

Navigando sul web si trovano moltissimi gommisti presenti soprattutto su Facebook, il social network che va per la maggiore in Italia. I rivenditori di pneumatici postano, oltre a commenti e immagini spiritose, anche informazioni utili e contenuti importanti. C'è chi lancia le promozioni e gli sconti, chi aggiorna i clienti sugli orari di apertura o sul cambio di numero di telefono, chi chiede un commento o una votazione a un sondaggio, chi annuncia le previsioni del tempo, chi ricorda agli automobilisti le scadenze del cambio gomme o le attenzioni che devono essere dedicate alla manutenzione dei pneumatici. Insomma con poco sforzo e divertendosi, i nuovi mezzi di comunicazione sociale possono convertirsi in strumenti importanti per fidelizzare i clienti, raggiungerne di nuovi, rendere note le proprie competenze e crearsi una solida reputazione.

La nostra esperienza? La pagina Facebook di PneusNews.it conta ormai più di 420 fan, che hanno cliccato il "Mi Piace" e che quindi ricevono sulla propria bacheca gli aggiornamenti non appena un articolo viene pubblicato, invece di dover entrare nel sito tutti i giorni o dover aspettare la newsletter. Risultato: ogni mese tra il 6% e il 10% delle visite al sito provengono da Facebook, sia dalla pagina di PneusNews.it, che dalle pagine di altri utenti del network, per lo più gommisti, che hanno condiviso e pubblicato sulla loro bacheca i nostri articoli. E se anche nel vostro negozio arrivassero tra il 6 e il 10% di clienti in più grazie a Facebook? Vale la pena provare.

E se anche tu vuoi essere aggiornato in tempo reale sugli ultimi articoli pubblicati, clicca il "Mi Piace" alla pagina Facebook di PneusNews.it!

© riproduzione riservata
pubblicato il 2 / 04 / 2013