

Il passaggio dall'anno vecchio al nuovo è tradizionalmente il tempo dei bilanci e per la rete di rivenditori specializzati SuperService di Goodyear il 2015 è stato ricco di soddisfazioni, ma il 2016 si prospetta ancora più colmo di iniziative e progetti.

“Nel corso del 2015 sono stati 12 i nuovi affiliati a SuperService, con un’adesione ai programmi piena. Erano diversi anni che non raggiungevamo queste cifre, fatto che testimonia la bontà del programma che abbiamo rilanciato alla Convention di febbraio. Siamo davvero pienamente soddisfatti, anche dei numeri di sell-out e sell-in, in crescita rispetto al 2014” ha affermato Marco Prosdocimi, Retail Manager di Goodyear Dunlop.

Ma il 2015 è stato anche l’anno dell’introduzione di **Offerta Dedicata**, l’iniziativa che rappresenta a tutti gli effetti un plus rispetto al tradizionale pacchetto offerto da SuperService: “Se la rete ha ottenuto buoni risultati, Offerta Dedicata è andata oltre le più rosee aspettative. Abbiamo ottenuto 12 affiliazioni in solo sei mesi di attività. Sicuramente, il cappello di iniziative composto da consulente, CRM e layout specifico viene percepito complessivamente come un’offerta di grandissimo valore. Possiamo dire che sono state tutte opportunità apprezzatissime e, tra queste, il consulente ha sicuramente rappresentato il valore aggiunto: una persona competente, disponibile ad affiancare il gommista in ogni difficoltà e pronta a migliorare il business sotto tutti gli aspetti economici-finanziari può risultare davvero preziosa, specie in periodi come quello che viviamo oggi.”

Dalla soddisfazione per il 2015 si passa ai piani per il 2016, davvero importanti e ricchi di iniziative. Goodyear ha lavorato per continuare a dare enfasi al programma, migliorando e ampliando l’offerta e rivitalizzando degli aspetti che, nel primo anno del rilancio, erano stati lasciati a margine del progetto. SuperService darà quindi enfasi alla rete autocarro Truckforce, con due novità molto importanti: innanzitutto, l’opportunità del finanziamento sell out alle flotte e Max Assistance, la speciale assicurazione sui pneumatici Goodyear per asse sterzante.

“In questo modo le flotte possono viaggiare 12 mesi all’anno senza preoccupazioni, qualunque cosa succeda. Goodyear vuole far crescere il network Truckforce, visti gli obiettivi che si è data nel segmento autocarro”, ha continuato Prosdocimi, che ha aggiunto: “Ma il settore Truck non sarà l’unico ad essere valorizzato nel corso del 2016. Il network SuperService si concentrerà anche sul business moto, con Dunlop, tramite un programma strutturato e dedicato ai rivenditori che sarà accompagnato anche da un layout dedicato. Per migliorare l’approccio e la conoscenza di questo particolare settore sarà previsto uno specifico corso di formazione tecnica, mentre per aumentare il sell out verrà integrato il sistema payback anche per questo segmento.”

✖ SuperService cercherà anche di ampliare e diversificare il business dei propri affiliati. Un primo passo in questo senso è stato fatto già nel 2015 con l'accordo con GroupAuto, che ha permesso l'introduzione della meccanica leggera tra gli affiliati. L'obiettivo, secondo Prosdocimi, è quello di "far diventare gli affiliati dei meccatronici": oggi pochi fanno meccanica completa, mentre diversi si occupano di meccanica leggera. "È un percorso, non si può fare dall'oggi al domani, servono investimenti importanti, ma questo è il futuro del centro multiservizi e sarà sempre più fondamentale inserire la meccanica all'interno della propri offerta."

La novità del 2016 in questo campo sarà la linea di accessori brandizzata SuperService. L'obiettivo, come anticipato, sarà quello di diversificare il business e ampliare l'opportunità di fare fatturato, grazie a prodotti di alta qualità, come le spazzole tergicristallo, le lampadine, i prodotti per la pulizia, le catene da neve, il nerogomma e molto altro. Questi accessori saranno subito riconoscibili dal cliente proprio grazie al marchio SuperService, aumentando al contempo la riconoscibilità della rete.

"Come se non bastasse, ci saranno nuove partnership nella rete: siamo in chiusura di accordi con diversi attori importanti, grazie ai quali i nostri affiliati avranno l'opportunità di acquistare alcuni prodotti ad ottime condizioni."

Sul fronte dei prodotti, ci sarà un rilancio importante del brand Fulda. Per questo marchio, che ha più di 100 anni di storia, SuperService offrirà alla rete un supporto esclusivo. Ai rivenditori saranno offerte opportunità particolari, iniziative ad hoc ed un sell-out dedicato, con l'obiettivo dichiarato di rilanciare questo prodotto che punta sul rapporto qualità prezzo.

✖ Infine, con tutte queste novità in pentola non poteva mancare un rinnovo dell'immagine: "Era necessaria una nuova immagine del marchio. Abbiamo rivisto l'immagine interna ed esterna dei negozi, rivoluzionandoli completamente, in modo che il rinnovamento della rete venisse accompagnato, e comunicato, da un rinnovamento dell'immagine. Nel 2016 continueremo questo cammino."

Sono tante, quindi, le novità per il 2016 di SuperService. È evidente la voglia di crescere e di investire della rete, che, insieme agli affiliati, è proiettata su un cammino che porterà a cogliere nuove opportunità, a presentare novità e a raccogliere successi.

© riproduzione riservata  
pubblicato il 25 / 01 / 2016