Al numeroso panorama di portali dedicati alla vendita online di pneumatici si aggiunge un nuovo player: Gommashopping.it, un portale che si definisce “di raccordo tra le necessità dell’utente finale di acquistare il miglior prodotto ad un prezzo competitivo e di ottenere la comodità del montaggio in officina, evitando di dover sostenere sguardi non proprio felici dei gestori dei centri di montaggio, che sempre più spesso vedono entrare nelle loro attività commerciali dei privati con pneumatici acquistati online.”

Il principio alla base di Gommashopping è semplice: il portale online permette di scegliere tra oltre un milione di pneumatici in consegna e montaggio entro un tempi massimo di 5 giorni.

Per fare il suo acquisto, il cliente potrà scegliere due modi differenti:

1. Sceglie il pneumatico più adatto alle sue esigenze, acquistandolo direttamente online e ricevendolo a casa. In questo caso dovrà autonomamente cercare un’officina disposta a montare le gomme
2. Sceglie di pagare solo dopo aver montato i pneumatici, cliccando l’opzione “scegli il centro di montaggio più vicino”. In questo modo verrà inviata direttamente una comunicazione al centro di montaggio selezionato a cui verrà fatto recapitare il prodotto (il centro di montaggio, viste le caratteristiche e il prezzo del prodotto potrà anche decidere di utilizzare i suoi prodotti a magazzino o di approvvigionarsi da altro fornitore). Il centro di montaggio assicurerà l’operazione entro 5 giorni e il cliente potrà comodamente pagare dopo l’erogazione del servizio. In questo modo si riallinea la contemporaneità tra erogazione del servizio e perfezionamento del pagamento, dando un tratto più umano alla transazione.

Gommashopping è un progetto in fase di startup, nato dall’idea di Giuseppe Rendina. Al momento la piattaforma è già operativa all’indirizzo ***www.gommashopping.it*** e si sta occupando della costruzione della rete di centri montaggio, che ad oggi vede un solo affiliato. I centri interessati, secondo Gommashopping, saranno convenzionati attraverso un sistema di accordi commerciali in cui tutte le parti avranno un vantaggio economico e organizzativo calibrato sulla base dei volumi di vendita effettuati. Ovviamente la giusta attenzione verrà posta sulla parte di coinvolgimento della rete generata, attraverso la costruzione di un piano di comunicazione integrata (allestimento del punto montaggio, campagna di comunicazione e interazione online con forte accento sui social), che saprà coinvolgere e premiare tutti gli attori del processo.

Il valore aggiunto del progetto, secondo Gommashopping, è riassumibile in questo modo:

- Il cliente ne trae vantaggio perché risparmia e solo a montaggio avvenuto.
- Il centro di montaggio allarga la sua cerchia di clienti e ottiene un margine dalla vendita dei pneumatici, oltre che dal montaggio, fidelizzando la clientela.

La piattaforma mette in contatto consumatore e fornitore, ottimizzando i processi e facendo pagare un abbonamento "leggero" al centro di montaggio, calibrato sulla base delle vendite effettuate.

Questo il link dedicato all'affiliazione delle officine: ***affiliati***

© riproduzione riservata
pubblicato il 10 / 03 / 2017