

Non è un caso che la piattaforma di e-commerce CarWebStore abbia vinto, in occasione di Autopromotec, il **Trofeo dell'Eccellenza di Gipa**. Si tratta infatti di un progetto innovativo in grado di guidare nell'era digitale i punti vendita, restituendo loro il ruolo di protagonisti non solo nel montaggio, ma anche nella vendita dei pneumatici. Solo salvaguardando il loro margine sulla vendita delle gomme, infatti, i gommisti hanno la possibilità di sopravvivere, mentre oggi le numerose piattaforme di e-commerce li stanno relegando ad un ruolo di semplici montatori.

In Italia il progetto è partito grazie alla [partnership tra l'ideatore iZaLink e il distributore Fintyre](#) e hanno già aderito oltre un centinaio di clienti. L'obiettivo per il 2017 è di arrivare a 1.000 centri operativi sulla piattaforma. Grazie al successo avuto dal progetto fin dai suoi primi passi, le due aziende sono già pronte a compiere il successivo step, che ha lo scopo di accrescere ulteriormente la visibilità dei punti vendita aderenti nei confronti del consumatore finale.

*“Per l'utente finale possiamo fare ancora di più, possiamo mettere online una mappa in grado di geolocalizzare con precisione i gommisti e le gomme, con tutte le informazioni necessarie, dal prezzo agli orari e così via”, spiega **Felix Sportelli, socio fondatore di iZaLink**. “Il nome di questa nuova piattaforma sarà Carwebstore Marketplace e contiamo di essere online in settembre”.*

In poche parole, tutti i gommisti aderenti al progetto, verranno inseriti in un portale comune, che consentirà a ciascuno di incrementare i clienti e le vendite. La richiesta è arrivata infatti proprio dai rivenditori, che hanno chiesto a Izalink di poter essere inseriti, tutti insieme, in un unico sito, per diventare più forti e per offrire al consumatore finale un solo sito estremamente completo ed efficiente.

“Questo marketplace non è solamente una mappa di tutti i prezzi dei rivenditori aderenti in Italia, - dice Sportelli - perchè abbiamo investito molto nelle più avanzate tecnologie disponibili per creare quella che oggi è la miglior esperienza d'acquisto possibile per il consumatore finale”.

“Inizialmente pensavamo di aspettare di raggiungere una rete di 1.000 punti vendita aderenti a CarWebStore per fare questo ulteriore passaggio, - ha affermato **Laura Fiaschi, digital marketing specialist di Fintyre** e 'volto' italiano di CarWebStore - ma il successo, la forza innovativa e l'efficienza del progetto ci hanno convinto ad anticipare il lancio di CarWebStore Marketplace, che presenteremo dopo le ferie di agosto”.

*“Il marketplace CarWebStore sarà presto disponibile per i clienti finali, - conclude **Sportelli***

- perché sia Fintyre che tutti i rivenditori presenti su CarWebStore hanno investito in una serie di strumenti di marketing per pubblicizzare la piattaforma CarWebStore verso i consumatori finali e stiamo raccogliendo dei fondi per creare un vantaggio ancora maggiore per gli investitori sul mercato italiano, ma perso anche in altri Paesi”.

© riproduzione riservata
pubblicato il 26 / 07 / 2017