

Pirelli ha inaugurato a Monaco di Baviera, nella centrale Hanauer Strasse 42, il primo PZero World europeo. Dopo l'apertura, lo scorso anno, del suo primo Flagship store a Los Angeles, Pirelli aveva dato appuntamento al 2017 per lo sbarco in Europa del suo innovativo concept di vendita al dettaglio. Promessa mantenuta dalla Casa italiana che, per presentare il suo nuovo spazio vendita destinato in particolare a una clientela Prestige, ha scelto, non a caso, una delle capitali mondiali dell'automotive. È in quest'area che si concentrano, infatti, alcune delle più importanti Case automobilistiche mondiali, di cui Pirelli è fornitrice sia in primo equipaggiamento sia al ricambio, ed è questa una delle aree con la più alta densità di vetture Premium e Prestige in Europa.

Servizi, tecnologia, design e prodotti innovativi, come la linea P Zero Color Edition e la piattaforma Pirelli Connesso. Sono questi gli elementi fondamentali della strategia retail Pirelli di cui il PZero World è la punta di diamante. In uno spazio di circa 1000 metri quadrati, i clienti del nuovo negozio di Monaco di Baviera potranno usufruire di servizi prestige, sviluppati su misura delle proprie esigenze, grazie all'utilizzo delle più avanzate tecnologie. È l'applicazione della strategia "Perfect fit" alla rete distributiva, che sul piano produttivo significa sviluppo di pneumatici dedicati ai singoli modelli delle Case auto più prestigiose, e sul piano del servizio significa seguire il cliente al momento del cambio gomme, dove e come gli è più conveniente.



Dal Car Valet al Mobile Fitting, la P lunga mette a disposizione dei propri clienti tutti gli strumenti in grado di trasformare e ridisegnare l'intera esperienza di acquisto, nella quale il sistema Pirelli Connesso giocherà un ruolo fondamentale. PZero World ridefinisce radicalmente il concept di un negozio di pneumatici, proponendo al cliente non solo assistenza qualificata ma un'immersione completa nel mondo Pirelli. Le immagini iconiche di The Cal fanno da cornice alle più belle supercar e alla più ampia gamma di pneumatici Pirelli high performance; in un ambiente elegante e confortevole ispirato al mondo del motorsport, i clienti possono trovare anche le ultime creazioni della linea Pirelli Design o scoprire l'evoluzione della gamma Velo della P lunga, dedicata al mondo delle bici. Moda, design, motorsport, prodotti all'avanguardia e servizi innovativi: questi sono gli ingredienti che rendono unica la "ricetta" del PZero World.

"Il punto di forza del PZero World è una combinazione unica di prodotti di altissima gamma, da un lato, e di qualità del servizio, dall'altro. Il tutto racchiuso in un ambiente elegante e confortevole che trasforma ogni visita in una vera esperienza per il cliente", ha dichiarato Michael Wendt, CEO Pirelli Germania.

✖ *“La strategia distributiva di Pirelli – ha spiegato **Matteo Battaini, Senior Vice President Marketing e Supply Chain Pirelli** – si focalizza su aree geografiche a elevata densità di vetture Prestige e Premium, segmenti nei quali siamo in posizioni di leadership. E viene perseguita attraverso l’integrazione con clienti selezionati che – attraverso una visione condivisa del valore e della tecnologia dei prodotti di alto di gamma, un moderno scambio digitale delle informazioni e un’eccellente logistica – sono diventati parte integrante dell’approccio di Pirelli al mercato. **Un elemento di forza della strategia retail Pirelli è la presenza distributiva diretta attraverso una rete di circa 12.500 punti vendita, che si prevede diventeranno circa 17000 entro il 2020, in gran parte sottoforma di franchising e affiliazione.** PZero World e i suoi flagship stores, con una rete di dealer autorizzati, saranno la punta di diamante di questa strategia. L’innovativo format di punto vendita nasce per servire le aree più prestigiose del mondo, dove i consumatori possono incontrare ogni aspetto del marchio Pirelli, dalla Formula 1 al Calendario Pirelli, da Pirelli Design al Velo”.*

Da 145 anni, Pirelli è un pioniere su diverse piattaforme (motorsport, offerta di pneumatici best in class, primo equipaggiamento, ma anche comunicazione, arte e design), grazie a numerosi asset come la pubblicità, il Calendario Pirelli, Pirelli HangarBicocca, uno dei più importanti spazi d’arte contemporanea d’Europa, il progetto Pirelli Design. L’identità del brand Pirelli è definita dalla fusione di high tech ed espressione artistica, che eleva il marchio oltre l’industria del pneumatico fino ad abbracciare il più ampio mondo del lifestyle, quello che prende corpo all’interno del PZero World.



© riproduzione riservata
pubblicato il 3 / 10 / 2017