

Oggi chi fa acquisti su internet risparmia tempo utilizzando siti che su un'unica pagina permettono di comparare prezzi e offerte provenienti da canali diversi. Questo vale anche nel settore dei pneumatici, che ha visto il web diventare uno degli strumenti di intermediazione più importanti nella creazione di contatti commerciali e di relazioni tra distribuzione e rivendita.

E' in questo ambito che ha deciso di operare Bluefin srl, azienda romana attiva nello sviluppo di piattaforme informatiche, che nel 2017 ha acquisito il portale Trovagomme.com, un comparatore dedicato ai professionisti del settore pneumatici. Grazie agli incoraggianti risultati raggiunti con il "Trovagomme", l'azienda ha deciso di lanciare una nuova piattaforma, il suo nome è Tyrefeed.com e risponde a un interrogativo fondamentale: "Perché un professionista dovrebbe pagare per utilizzare un software di comparazione prezzi?"

La piattaforma Tyrefeed.com si inserisce in un mercato ormai affollato (vedi Tyre24.it, 07ZR.com, ecc..) ma con alcune differenze. E' proprio il modello di business impiegato a rappresentare una novità per il comparto: una strategia "Freemium", cioè accesso libero e gratuito per tutti con servizi extra a pagamento.

"E' un paradosso che un gommista debba pagare delle commissioni o degli abbonamenti per acquistare dei prodotti. Con Tyrefeed, abbiamo sfruttato il principio messo in campo da Amazon e da Alibaba.com, applicandolo ad uno strumento Business-to-Business specifico per gli pneumatici" - così lo spiega l'area marketing di Bluefin srl - "Siamo convinti che offrire un libero accesso a questo marketplace rappresenti un enorme passo avanti per tutta la categoria, legata a modalità commerciali superate, in cui tutti offrono i medesimi prodotti cercando di allungare la filiera. - L'impegno di Bluefin srl, così come quello di questa nuova piattaforma, è cercare di offrire un quadro completo del mercato, in cui ogni distributore propone i prezzi e le condizioni che considera più competitive, il resto lo fa il gommista, selezionando il prodotto presso il fornitore che ritiene più affidabile".

✘ La nuova piattaforma si pone quindi come un'interfaccia per facilitare il commercio tra rivenditori e grossisti, mettendo in contatto la domanda e l'offerta. Su Tyrefeed.com è possibile risparmiare sul prezzo di acquisto di uno stesso prodotto proposto da differenti fornitori in tutta Europa.

Il canale digitale, oltre al risparmio in termini di tempo che si ottiene consultando un'unico portale, permetterebbe anche per un continuo incremento dell'offerta stessa. L'aggiornamento dei prezzi e delle giacenze viene effettuato ogni 60 secondi e permette la consultazione di un catalogo esteso e fedele alla reale disponibilità.

La volontà di Bluefin e del suo Tyrefeed.com è quella di promuovere la facilità di ingresso sulla piattaforma di distributori italiani ed europei con magazzini di qualsiasi dimensione, fino al singolo gommista che desidera svuotare un piccolo magazzino

Tyrefeed.com dichiara di aver già messo a disposizione del pubblico oltre 2 milioni di pneumatici a disponibilità immediata sul comparatore; si tratta di articoli proposti da piccoli e grandi distributori italiani ed europei che si sono impegnati a mantenere elevati standard qualitativi richiesti in fase di registrazione.

In termini di funzionamento della piattaforma, gli sviluppatori di Bluefin srl hanno puntato sulla semplicità d'uso della "price comparison", affermando che *"Per rendere il reperimento degli articoli più semplice possibile sono stati utilizzati i principi tecnici alla base delle ricerche su Google; Tyrefeed.com offre infatti a chi ricerca un prodotto il risultato più vicino a quello desiderato, il tutto in pochissimi istanti"*.

Tyrefeed.com si inserisce dunque in un contesto che vede il commercio online nel settore già avviato, dove i professionisti che si affidano all'acquisto dei pneumatici tramite internet lo fanno con l'obiettivo di risparmiare tempo e denaro.

"La stagione invernale è appena partita e la vendita online, anche per il settore 'business' ha dimostrato di avere ampio margine di crescita", conclude l'azienda in un comunicato. "Ci aspettiamo quindi di occupare una posizione strategica nell'offerta dei comparatori, fiduciosi nel credere che il modello di business Freemium sia la giusta strada per uno strumento di reale supporto al lavoro quotidiano dei gommisti".



© riproduzione riservata
pubblicato il 24 / 10 / 2017