

La presenza di Goodyear Tire & Rubber nel mercato cinese del ricambio è cresciuta e conta di crescere in maniera significativa grazie alla strategica collaborazione con il gigante dell'e-commerce, secondo solo ad Alibaba, JD.com.

Siglato il 1° dicembre, questo accordo con la piattaforma di vendita online più importante della Cina per ricavi, prevede la vendita dei prodotti Goodyear in un canale dedicato di JD.com brandizzato con il marchio americano. La collaborazione si estende inoltre anche ai punti di vendita e montaggio Goodyear che operano in dieci città cinesi. Goodyear afferma che questa partnership porterà ad "esperienze multicanale senza interruzione".

✘ Nel comunicato con cui annuncia la nuova collaborazione per la vendita online in Cina, Goodyear dichiara che l'accordo è coerente con gli sforzi fatti per costruire un nuovo modello di distribuzione e assumere un ruolo di leader nell'aftermarket automobilistico, che in Cina è in forte espansione.

*"L'industria dei pneumatici in Cina ha un forte bisogno di sfruttare la tendenza 'internet plus' per anticipare lo spostamento verso un'esperienza di consumo di alto livello", ha spiegato **Yang Jian**, vicepresidente di Goodyear nel sud della Cina. "In Goodyear, abbiamo visto la crescente importanza dell'e-commerce nell'aftermarket automobilistico cinese e stiamo abbracciando questo trend, modernizzando la nostra rete di distribuzione".*

*"Sono orgoglioso - continua il manager - del fatto che questa partnership strategica tra Goodyear e JD.com possa creare in Cina un network distributivo con un nuovo brand. Offrendo online i prodotti giusti e sfruttando le opportunità omni-canale, Goodyear amplierà significativamente il suo network in Cina, conquistando la fiducia dei clienti, che riceveranno prodotti autentici e servizi di qualità premium".*

**Yishen Tang**, general manager della divisione accessori auto di JD, ha aggiunto: *"Siamo molto contenti di avere un partner come Goodyear, che gode di alta reputazione nel settore auto. Questa collaborazione dimostra che siamo in grado di aiutare a semplificare l'esperienza di e-commerce anche per quei prodotti che tradizionalmente sono più difficili da vendere online. Questo è possibile grazie alla nostra enorme capacità di fare rete e sfruttare i big data".*

Sfruttando questa partnership online, Goodyear afferma anche che ridurrà la sua tradizionale rete commerciale di agenti sul territorio, accorciando la catena di fornitura e raggiungendo i consumatori in modo più diretto ed efficiente. Goodyear ha anche annunciato che sosterrà le campagne più importanti di JD, come ad esempio quella del 18 giugno denominata Anniversary Sale, o quelle dell'11 novembre e 12 dicembre dedicate in

Cina allo shipping, o altre ancora dedicate a specifici settori commerciali. Durante tali campagne online, JD promuoverà i prodotti Goodyear, come fa con i suoi migliori partner strategici.

© riproduzione riservata  
pubblicato il 14 / 12 / 2017