

BestDrive investe sul web in attività di comunicazione, rinnovando il sito e lanciando la nuovissima pagina Facebook della rete. Il contatto diretto con l'utente finale è l'obiettivo di questa attività, che risponde all'esigenza di interazione sempre crescente con chi frequenta le reti di officine. Il profilo Facebook è la risposta che meglio di altre consente di stabilire un flusso di comunicazione a due vie per informare i propri clienti e gli utenti potenziali sulle molte iniziative in corso o in programma nella rete. BestDrive utilizzerà il canale social per diffondere informazioni e consigli sulla corretta manutenzione della vettura, sul corretto uso dei pneumatici e più in generale per trasmettere ai clienti la propria visione del business della rivendita, fatta di relazione, di servizi di alto livello, di elevata specializzazione al servizio degli automobilisti.

“La comunicazione sugli strumenti digitali riflette la nostra visione del rapporto con il cliente, che deve essere continuo e non unicamente legato alla visita nello store fisico - dichiara Dario De Vito, Responsabile del progetto BestDrive in Italia- Siamo convinti che i nostri contenuti costituiranno un importante punto di contatto e una fonte di informazioni utile agli automobilisti perché pensati come strumenti di “edutainment”. La funzione del canale social, in particolare Facebook è importante per noi anche per avere un feedback sulle molte iniziative che metteremo in campo in questo che per noi è un anno di grande espansione e di obiettivi molto ambiziosi.”

Anche la revisione del sito si ispira a questa logica di vicinanza al cliente.

Una nuova grafica più pulita ed efficiente che consente di trovare le informazioni necessarie in pochi clic e un look generale che sottolinea la vocazione dell'insegna alla professionalità e al servizio. Informazioni chiare e precise, facilmente interpretabili, da computer fisso e da mobile, ma soprattutto, il continuo indirizzamento del consumatore finale a fissare un appuntamento presso il punto vendita BestDrive più vicino. Perché il cliente è e rimane un cliente del Rivenditore BestDrive

Per BestDrive il 2018 è l'anno della svolta. L'insegna è impegnata in un processo di rinnovamento della propria offerta, in una fase di rinnovamento dei negozi, con nuove e più accattivanti ambientazioni e un significativo ampliamento della propria presenza sul territorio. In un panorama automotive in profonda trasformazione, l'approccio BestDrive al mercato vuole essere una risposta in grado di sostenere e affiancare gli affiliati nella sfida di un mercato competitivo lasciando spazio allo spirito imprenditoriale di ciascuno nella gestione e nelle scelte di fondo.

© riproduzione riservata
pubblicato il 2 / 02 / 2018