

Vredestein, già presente online con il proprio sito istituzionale e canali social globali, ha deciso di puntare sul digital in occasione della campagna marketing del periodo primaverile. L'obiettivo è pubblicizzare la rete italiana di rivenditori Centro Sicurezza Vredestein, raggiungendo nuovi possibili clienti tramite il canale social di Facebook e rendendo disponibili dei coupon che garantiscono sconti e vantaggi agli utilizzatori di autovetture private.

Questa operazione permetterà ai rivenditori specializzati di affiancare il nome della propria attività a quello del brand, rafforzando il rapporto tra l'azienda di pneumatici e la rete Centro Sicurezza Vredestein.

La promozione viene veicolata attraverso la piattaforma della nuova [Fan Page Facebook](#) della rete rivenditori specializzati "Centro Sicurezza Vredestein", che in questi giorni ha pubblicato il video di presentazione della Mille Miglia 2018, della quale Vredestein è Official Tyre Partner:

Anche grazie a questi investimenti, Vredestein Italia ha registrato un incremento dei volumi di vendita del 129% sull'ultimo mese e del +30% dall'inizio dell'anno (2018 vs 2017), in linea con gli ambiziosi obiettivi pluriennali dell'azienda.

© riproduzione riservata  
pubblicato il 10 / 05 / 2018