

Per tutto il mese di novembre ritornano le campagne Goodyear e Dunlop a supporto del sell-out, per sensibilizzare gli automobilisti sull’importanza della pianificazione del cambio gomme stagionale, sostituendo i pneumatici estivi con gli invernali nel rispetto dei termini previsti dalla legge.

Con questa attività Goodyear Dunlop Italia rinnova ancora una volta il suo impegno al fianco dei rivenditori partner e a sostegno del loro business, al fine di contribuire a ottimizzare il flusso di clienti finali presso i rivenditori professionisti e incrementare così le vendite in uno dei periodi dell’anno più importanti.

Il programma riguarda i marchi premium Goodyear e Dunlop, che i rivenditori aderenti potranno offrire agli automobilisti con uno sconto fino a 100 euro (in base alla misura del cerchio) a fronte dell’acquisto di un set di 4 pneumatici.

Anche quest’anno l’iniziativa include, oltre agli invernali, i pneumatici estivi e all-seasons, a dimostrazione dell’attenzione di Goodyear verso i rivenditori di tutta Italia, comprese le aree con clima più mite e non soggette alle ordinanze invernali, che potranno infatti soddisfare le esigenze più diversificate dei propri clienti finali grazie a un programma studiato per rispondere a caratteristiche differenti a seconda del territorio di appartenenza.

Per due settimane sarà inoltre “on air” una campagna radiofonica, che oltre a valorizzare il brand Goodyear nell’anno del suo 120esimo anniversario, si pone come importante obiettivo quello di invitare gli ascoltatori a rivolgersi presso un centro SuperService o presso i rivenditori partner di Goodyear per effettuare il cambio gomme stagionale e beneficiare dell’iniziativa sell-out.

Lo spot viene trasmesso su alcune delle principali emittenti radiofoniche nazionali (Radio DeeJay, Radio 105, Virgin Radio e Radio Capital), riuscendo così a raggiungere un pubblico eterogeneo per età ed interessi.

© riproduzione riservata  
pubblicato il 7 / 11 / 2018