

In occasione del cambio gomme invernale, SuperService conferma il suo impegno per supportare il sellout sui premium brand in questo periodo dell’anno cruciale per le vendite e il traffico all’interno del punto vendita con “Scegli l’inverno SuperService”, un’ulteriore iniziativa con l’obiettivo di stimolare gli automobilisti all’acquisto presso i rivenditori aderenti alla Rete di nuovi pneumatici adatti alla stagione più fredda dell’anno.

La Rete di rivenditori esperti in pneumatici e servizi selezionati da Goodyear, che ad oggi è presente in tutto il territorio nazionale con ben 327 punti vendita, permette infatti di offrire ai clienti una Gift Card del valore di 20 Euro da spendere a scelta tra i brand presenti sul circuito mygiftcardsquare (Eni, Tamoil, Amazon, Decathlon, MediaWorld e molti altri) a fronte dell’acquisto di un set di 4 pneumatici Goodyear e Dunlop, invernali o 4 stagioni, a partire dal cerchio da 17”.

Tra questi, i pneumatici invernali della gamma UltraGrip Performance+, anche nella nuova versione UltraGrip Performance+ SUV sviluppata appositamente per uno dei segmenti più in crescita del settore, e il pluripremiato Vector 4Seasons Gen-3, la nuova generazione dei quattro stagioni con più vittorie di sempre nei test di categoria.

Per partecipare all’iniziativa, attiva fino al 30 novembre, i clienti – successivamente all’acquisto – dovranno semplicemente accedere all’apposito portale www.promosuperservice.it per registrare i dati richiesti e inviare il documento attestante l’acquisto dei pneumatici in promozione. In seguito alla validazione del documento fornito, i clienti riceveranno via e-mail il voucher Gift Card da utilizzare sul sito del partner mygiftcardsquare.

Questa promozione si aggiunge così al programma “**Bentornato Inverno**” (che prevede uno sconto fino a 100 Euro a fronte dell’acquisto) per fornire così un ulteriore vantaggio agli automobilisti che sono attualmente alla ricerca dei pneumatici in grado di rispondere alle loro esigenze stagionali.

Entrambe le iniziative disporranno di una strategia di comunicazione multicanale; saranno infatti supportate tramite attivazioni di digital marketing, sfruttando al meglio la suite di prodotti Google e Facebook e la geolocalizzazione dei punti vendita e delle offerte SuperService su Waze.

© riproduzione riservata pubblicato il 28 / 10 / 2021