

Da oggi il cambio dell'olio, la sostituzione dei pneumatici o qualsiasi altro intervento legato alla manutenzione della propria auto è a portata di click. Merito di Euromaster, che ha appena avviato un servizio di prenotazione digitale che consente di programmare un appuntamento in uno degli oltre 350 centri presenti in Italia attraverso il proprio smartphone, il tablet o il PC. Recarsi in officina, insomma, sarà facile come riservare un tavolo al ristorante o iscriversi a una lezione in palestra.

Tutto questo è possibile perché Google ha inserito Euromaster nella funzionalità Google Reserve, l'innovativo sistema di prenotazione online del gigante di Mountain View progettato per semplificare la vita degli utenti.

Reserve with Google

Euromaster è stata tra le prime aziende del settore ad aver intuito che il digitale non è solo una vetrina, ma la colonna su cui poggiare la propria strategia di espansione. *«Fino a oggi non abbiamo mai sentito parlare di un'azienda di servizi legati alla cura dell'automobile che offre un'opportunità simile ai propri clienti - spiega **Maurizio Bramezza**, responsabile marketing Euromaster Italia -. A noi questa possibilità è piaciuta molto da subito perché l'ecosistema digitale è uno dei pilastri della nostra strategia di sviluppo. È fondamentale sia nei confronti del consumatore, al quale offriamo un servizio "liquido", che abbatte cioè le consuete modalità di contatto rendendo ancora più fluido, "digitabile" e veloce il rapporto con la nostra Rete, sia nei confronti dei nostri Franchisee, che possono sfruttare un "cruscotto" completo per accogliere i Clienti in ogni fase: dall'accettazione alla diagnosi della vettura; dall'emissione della fattura, alla raccolta dei dati, fino alla gestione economica e finanziaria di ogni loro attività».*

«Tantissimi Clienti stanno già richiedendo preventivi stando seduti comodamente sul divano, principalmente nei fine settimana o richiedono i nostri servizi mentre tornano a casa la sera in treno - aggiunge Bramezza -. Queste abitudini rendono il digitale non soltanto una vetrina per fornire le informazioni utili sui nostri centri come orari, sedi, promozioni, ma uno strumento semplice e intuitivo che ci consente di far sentire gli utenti sempre al centro della nostra attenzione».

Ed ecco allora che i canali digitali rappresentano sia uno strumento utile per agevolare l'acquisto, sia un prezioso aiuto nella pianificazione della manutenzione e della cura della propria auto. *«Questo è il vero marketing one-to-one - conclude Bramezza -. Ed è così che*

noi interpretiamo il concetto "essere il vero partner della mobilità"».

© riproduzione riservata pubblicato il 10 / 04 / 2024