Ad Autopromotec Euromaster punta sulla comunicazione tecnologica. Il network di Michelin ha progettato per la fiera di Bologna uno stand orientato al design dei materiali e alla comunicazione verso il futuro, un messaggio che sottolinea anche il claim: “Esplora il futuro del mercato del pneumatico”. Nel Padiglione 20 – Stand C 40, i visitatori potranno conoscere la filosofia e le potenzialità del network tramite video e foto, grazie anche a delle postazioni iPad che – dice Raffaele Beltrami, responsabile marketing di Euromaster – “consentono in maniera ludica, intelligente e flessibile di esplorare contenuti e offerte, trasmettendo anche un’immagine moderna di leadership”.

Le tre postazioni iPad saranno connesse con 3 schermi grandi per permettere agli spettatori passivi di seguire la navigazione. I temi dei video sono vari e vanno dalle interviste al gioco in 3D del negozio virtuale al documentario del “prima e dopo” l’adesione all’insegna. Le interviste in particolare riguardano sia gli affiliati, che raccontano la loro esperienza, che i numerosi partner: Bosch, Shell, Michelin, Goodyear, Continatal, Hankook e Corghi. Non manca naturalmente l’intervista all’amministratore delegato di Euromaster, Martial Lafont.

Un’insieme di contenuti, quindi, che spazia dal taglio pubblicitario, più emozionale e d’impatto, a quello documentario, con testimonianze del lavoro quotidiano e della professionalità che caratterizza la rete Euromaster. Il network in Italia ha continuato il suo percorso di crescita e conta oggi 119 centri. Altro elemento di continuità segnalato da Beltrami è la meccanica leggera, che “sia in termini di business che di convincimento, è sempre più riconosciuta dagli operatori come portatrice di valore e strategica per vincere le sfide del futuro.”

Key Account Manager

La novità di questi mesi riguarda invece lo staff, che si è arricchito di una nuova figura, il key account manager. Il ruolo di questa figura professionale è realizzare sul territorio delle convenzioni con flotte di proprietà, associazioni o aziende, per offrire i servizi di Euromaster ai loro dipendenti e associati.

“Il nostro obiettivo – dice Beltrami – è creare un flusso addizionale ai gommisti, tramite la proposta del nostro servizio di alto livello, ad attori B2B e B2C. Ci rivolgiamo infatti ad aziende o gruppi di interesse, come, ad esempio, le associazioni camperisti o gli appassionati di fuoristrada, offrendo un pacchetto di servizi con la logica di omogeneità di livello”. La nuova formula Euromaster, che sceglie la strada di raggiungere anche le flotte più piccole di proprietà e di gruppi di persone connesse per un legame aziendale o di passione, è stata lanciata da soli due mesi con Daniele Battaglia, il primo key account manager del network.

Promozioni

Le promozioni Euromaster sono parecchie: in aprile e maggio è stata lanciata la promozione multimarca declinata sui brand Michelin e Hankook.

Giugno e luglio saranno i mesi della campagna sui pneumatici autocarro, con la promozione Michelin in esclusiva su Euromaster.

Da metà giugno ad agosto, Michelin torna in esclusiva su Euromaster con i pneumatici vettura, con una campagna che, per la prima volta, andrà su radio nazionale per due settimane, oltre ai più tradizionali mezzi di comunicazione.

Si aggiunge a queste anche una promozione dedicata ai gommisti, che è stata avviata in maggio e realizzata in collaborazione con Shell: ogni fusto da 200 litri di olio motore Shell, il gommista riceve una cartolina. In occasione della convention, che si terrà a Roma il prossimo settembre, Euromster estrarrà tra gli affiliati partecipanti 10 cartoline, corrispondenti a 10 chiavi, una sola delle quali riuscirà ad avviare la moto Ducati Monster 797 messa in palio da Shell.

Euromaster sarà ad Autopromotec: **Padiglione 20 – Stand C 40**