

Poco più di una settimana fa Michelin **[ha sospeso il suo programma di vendita al dettaglio mobile OnSite](#)**, dopo aver condotto un test pilota nella zona di Raleigh, Carolina del Nord. Michelin OnSite permetteva di acquistare i pneumatici on-line o per telefono e prendere appuntamento per farli installare in un luogo e ora scelto dai consumatori. Un portavoce Michelin ha confermato la sospensione del programma, affermando che i volumi non hanno soddisfatto le aspettative ma che la società “continuerà a valutare le possibilità future, perché il test ha rivelato una serie di opzioni interessanti.”

Traction News, una rivista B2B statunitense, ha citato il proprietario della catena Direct Tire Barry Steinberg, il quale ha detto che Michelin “sta cercando di mantenere la quota di mercato con queste iniziative oscure e non realistiche.”

“OnSite Mobile è probabilmente la cosa più difficile da fare, anche con un’infrastruttura locale a disposizione, che semplicemente non hanno”, ha detto. “I programmi che vogliono lanciare a livello nazionale ci trasformeranno da rivenditori ad installatori, non vendendo più i pneumatici. Non capiscono che questo è un danno per noi, perché toglie tutto il flusso di cassa che è quello con cui paghiamo i nostri dipendenti, le tasse, i fornitori, le utenze ecc. Secondo loro basta che ci paghino una commissione per montare ed equilibrare i pneumatici ed è fatta, ma non andrà così.”

Michelin ha anche affermato che il **[programma di BFGoodrich](#)** non è stato influenzato dalla soppressione di OnSite e che, al contrario, verrà portato a livello regionale entro la fine dell’anno, come previsto. Il programma BFGoodrich è molto più semplice di quello OnSite: i pneumatici possono essere acquistati sul sito del produttore e installati dai partner locali.

La notizia del lancio a suo tempo ha fatto arrabbiare i rivenditori di pneumatici in tutto il paese, molti dei quali hanno affermato di sentirsi “irritati” e “traditi” dal nuovo programma di Michelin.

Molti rivenditori di pneumatici avevano affermato che Michelin si è messa in competizione con i propri gommisti, offrendo prezzi più bassi dei loro. I commercianti hanno poi affermato che non avrebbero incluso servizi extra normalmente offerti, come l’allineamento delle ruote, i cambi d’olio, il controllo pressione e molto altro.

A quanto pare, quindi, Michelin non sta facendo un passo indietro nella vendita online, ma sta solo aggiustando il tiro.

## Vendite online negli USA: Michelin sopprime il programma OnSite ma espande quello di BFGoodrich | 2