

Il Gruppo Continental, per il quale Uniroyal è strategico a livello internazionale, vara un progetto di potenziamento delle attività in Italia che si basa su una strategia marketing oriented, con nuovi investimenti a sostegno del posizionamento del brand e una presenza sul web che farà di Uniroyal il marchio più attivo sul digitale.

Le ragioni del cambiamento

A livello internazionale Continental potenzia fortemente il patrimonio di valori e di notorietà di Uniroyal attraverso un'attività di marketing che ha l'obiettivo di rafforzare ulteriormente la notorietà del brand, basata sulla grande qualità della gamma prodotti e sull'innovazione tecnologica. L'approccio a Uniroyal del Gruppo sarà quindi incentrato sull'attività di contatto diretto con il consumatore attraverso investimenti in comunicazione. Il focus dell'attivazione di Uniroyal sarà il digital, che costituirà il canale attraverso il quale il Gruppo fornirà all'utente finale tutte le informazioni necessarie a generare e consolidare la decisione di acquisto. Gamma, prezzi, informazioni tecniche, geolocalizzazione della rete di vendita e molto altro. Tutto ciò di cui il consumatore ha bisogno, tranne l'acquisto, che si effettuerà nei punti vendita della rete Pneus Expert. La rete di rivenditori sarà al centro di una serie di iniziative di trade marketing che si concretizzeranno nel corso del 2018 e che avranno l'obiettivo di rendere protagonista il rivenditore, valorizzando un ruolo che è garanzia di sicurezza, di servizio e di professionalità nel contatto con il consumatore.

“Per il gruppo – dichiara Alessandro Cerutti, Direttore Commerciale PLT Replacement – il brand è strategico e il suo posizionamento nel mercato è importante per mantenere il corretto equilibrio del nostro portafoglio marchi. Uniroyal possiede un grande potenziale commerciale e un suo specifico spazio di mercato che vogliamo far crescere ulteriormente con un approccio organico di marketing e gestione commerciale.”

L'attivazione del brand prevede novità anche nella way to market di Uniroyal. A far data dal 1° gennaio 2018 sarà operativa una rete di agenti a diretto supporto dei rivenditori nelle aree del centro e del nord coordinata da Luigi Cirillo il quale, dopo aver acquisito una grande esperienza sul campo in Continental nel ruolo di Key Account, assume il ruolo di Brand Development Manager per Uniroyal. Luigi Cirillo riporterà direttamente al Direttore Vendite PLT Replacement, Paolo Leoncini.

“Sono convinto – dichiara Luigi Cirillo, Responsabile Sviluppo del Brand Uniroyal – che questo marchio, che ha una tradizione consolidata, un'immagine e una clientela di riferimento, saprà rispondere, grazie ad un posizionamento moderno e dinamico, alle esigenze del mercato. La rete dei punti vendita Pneus Expert è un network dedicato che si identifica in Uniroyal e l'attivazione del supporto di marketing, unito alla presenza web,

daranno un contributo essenziale al progetto.”

Rimane invece inalterato il modello distributivo in essere tramite i partner distributori del sud, i quali collaboreranno alle iniziative di marketing sopra illustrate.