

Anche quest’anno, a partire dal 16 ottobre, Goodyear presenta la campagna a supporto del sell-out, volta a promuovere l’importanza di sostituire per tempo i pneumatici estivi con gli invernali - o gli All Season, qualora si decida di adottare questa soluzione - e di non aspettare il primo acquazzone o la prima nevicata per porsi il problema (incappando anche nel rischio di contravvenzioni).

Goodyear Dunlop Italia continua quindi ad affiancare i suoi rivenditori per supportare il loro business, aiutandoli ad attrarre il cliente finale e incrementare così il loro giro d’affari nei mesi più “caldi” dell’anno.

Questa campagna si propone infatti l’obiettivo di ottimizzare il flusso di clienti presso il rivenditore, spingendo gli automobilisti a pianificare il cambio gomme nel periodo previsto dalla legge.

Il programma riguarda i marchi premium Goodyear e Dunlop, che i rivenditori aderenti potranno offrire agli automobilisti con uno sconto fino a 100 euro (in base alla misura del cerchio) , all’acquisto di 4 pneumatici invernali, estivi o All Season.

L’inclusione, anche quest’anno, dei pneumatici estivi e All Season rappresenta un’ulteriore conferma dell’impegno di Goodyear nei confronti dei rivenditori di tutta Italia: in questo modo, anche i rivenditori delle aree con clima più mite e non soggette alle ordinanze invernali potranno beneficiare di un programma in linea con le caratteristiche del territorio di appartenenza, offrendo ai propri clienti pneumatici in grado di soddisfare le esigenze più diversificate.

La campagna sarà declinata in due varianti il linea con lo spirito dei due brand: “Bentornato inverno” per il piacere di viaggiare sicuri con Goodyear e “Sfida l’inverno” per mordere l’asfalto con Dunlop.