

Il sito web di Euromaster dal 1° di novembre è completamente rinnovato, per offrire agli automobilisti uno strumento semplice e concreto per informarsi sull'acquisto dei pneumatici. Il restyling realizzato dalla catena europea che in soli due anni conta già in Italia 100 centri di servizio, parte dalla consapevolezza che l'acquisto del pneumatico non è un acquisto di piacere. Il consumatore cerca infatti una risposta ad un bisogno, che talvolta è anche urgente. Euromaster ha ritenuto quindi necessario fornire risposte chiare il più rapidamente possibile e per questo motivo la struttura del nuovo sito [www.euromaster-pneumatici.it](http://www.euromaster-pneumatici.it) è moderna e semplice, pensata per una navigazione molto user-friendly.

La prima cosa che colpisce l'attenzione e che è presente in tutte le pagine è il dealer locator, uno strumento che consente al consumatore di individuare il centro più vicino con due click, senza neppure usare la tastiera.

La grafica si avvale di box molto chiari e l'ampia presenza e la forza dei loghi dei partner, da Michelin a Bosch, da Goodyear a Shell, trasferisce immediatamente al consumatore l'ampiezza e la qualità dell'offerta Euromaster. Nel sito sono disponibili informazioni di vario tipo, dalla nuova etichetta ai valori del network, ma anche le offerte e le iniziative speciali.

“Negli ultimi anni il mondo della comunicazione è cambiato in maniera radicale”, afferma Raffaele Beltrami, responsabile marketing e comunicazione. “Oggi l'Italia conta oltre 27 milioni di utenti attivi su internet. Nel mondo del pneumatico stimiamo che circa il 50% dei consumatori che entrano oggi da un gommista abbia reperito qualche informazione su internet prima dell'acquisto. I numeri parlano chiaro: internet è un media potente che tocca tutti i target, con audience paragonabili ai canali tradizionali come televisione, radio”.

Martial Lafont, amministratore delegato di Euromaster Italia aggiunge: “Il nuovo sito rappresenta un passo in avanti importante per dare sempre più valore ai nostri affiliati. Anche questo è uno dei punti di forza di Euromaster: solo con i mezzi di una rete importante e moderna si possono cogliere i benefici di una presenza on-line qualitativa ed efficace. Tengo a precisare che il restyling del sito internet rappresenta solo il primo step verso la realizzazione di una strategia on-line più ampia e strutturata. Le opportunità offerte dal web sono molte. Oggi abbiamo le fondamenta di qualità che daranno solidità ai nostri progetti online”

A breve Euromaster renderà disponibile anche una versione Mobile del nuovo sito, ottimizzata per la lettura da dispositivi come Smartphone o tablets.



*Il nuovo sito di Euromaster si rivolge al consumatore, ma mette sempre in primo piano il rivenditore, grazie anche ad un pratico ed evidente strumento per trovare il punto vendita più vicino*

© riproduzione riservata  
pubblicato il 9 / 11 / 2012