

La pagina Facebook di Tagliabue Gomme Gross, dedicata al progetto web 3.0 denominato "Tyre Revolution" continua a crescere e ha raggiunto in pochi giorni un livello di share quasi pari a quello delle più grandi aziende produttrici, con una media di 4-5.000 iscritti al giorno. "E la Tyre Revolution - dice Carlo Tagliabue - non è ancora cominciata..."

Oltre che una pagina Facebook, Tyre Revolution è anche una società di marketing formata al 50% da Tagliabue e al 50% da 3tech Group, la software house di Ancona da anni partner di Tagliabue Gomme Gross.

"Tagliabue Gomme Gross e Tyre Revolution sono due realtà diverse, perché una si occupa di retail e una di consumer, con due immagini e due modi di comunicare differenti", dice Carlo Tagliabue. "Sotto l'azienda storica di Villasanta ci sono di fatto i gommisti e sotto la new company Tyre Revolution, ci sono i consumatori. Il linguaggio - va da sé - è completamente diverso."

Ed ecco spiegato perché sulla pagina Facebook di Tyre Revolution i messaggi non sono tecnici, ma di appeal: balletti, coreografie, video informativi realizzati con ragazze divertenti o pneumatici raccontanti con le fiabe. Tutti linguaggi diretti al consumatore e quindi non tecnici ma così attraenti, curiosi o divertenti, da essere "meritevoli" di venire condivisi nella propria bacheca Facebook. Insieme ai video cult viaggeranno però sulla pagina Tyre Revolution anche offerte sui pneumatici, che, se accettate dai consumatori, li indirizzeranno direttamente dal gommista più vicino.

Anche ad Autopromotec la Tyre Revolution vestirà un'immagine di appeal sul consumatore e quindi non prodotti, non informazioni tecniche, non stand (se non come punto d'appoggio) ma belle ragazze, modelle e ballerine - 40 per la precisione - che invaderanno la fiera di Bologna e la città per promuovere la Tyre Revolution.

"L'obiettivo è allargare la portata delle nostre promozioni sul consumatore finale", afferma Tagliabue. Oggi in Italia ci sono 23.158.000 persone iscritte a Facebook, di cui circa 12 milioni di uomini e 10 di donne. Ogni utente ha una media di 250 amici. Quello che ci tengo a sottolineare è che non abbandoniamo il nostro modo tradizionale di lavorare con gli agenti e con i gommisti, tutt'altro. E' come se avessimo aperto una divisione aziendale che si occupa di marketing sul consumatore, ma il cui obiettivo è portare il cliente dal gommista che aderisce al progetto Tyre Revolution."

Il debutto delle ragazze griffate Tyre Revolution sarà dunque a Bologna in occasione di Autopromotec, con tanto di serata in piazza con balli, musica e coreografia (sabato 25 maggio). Il tour delle ragazze continua però subito dopo, raggiungendo tutte le principali

piazze d'Italia. *lt*



© riproduzione riservata
pubblicato il 16 / 05 / 2013