

Tenneco, uno dei principali fornitori di componenti di primo equipaggiamento legati alle sospensioni, alla tiranteria e al controllo delle emissioni, commercializzati nel mercato del ricambio con i marchi Monroe e Walker, è da tempo impegnata nel supportare ricambisti e officine nell'applicazione delle più recenti tecnologie, tramite attività formative e campagne promozionali. Il roadshow "Tenneco on Tour", presente per la prima volta ad Autopromotec, è testimonianza dell'impegno di Tenneco in questa direzione.

Il "Tenneco on Tour" è uno show di tecnologie interattive, di prodotti e sistemi evoluti, così come di attività formative pensate per aiutare i professionisti della riparazione ad affrontare con professionalità le più recenti tecnologie OE e aftermarket sviluppate per le sospensioni, la tiranteria e il controllo delle emissioni. Molte di queste tecnologie sono già a disposizione del mercato del ricambio con i marchi Monroe e Walker.

I visitatori del "Tenneco on Tour" ad Autopromotec 2013 hanno avuto la possibilità di conoscere l'importanza di una diagnosi accurata ed efficace delle problematiche relative al veicolo.

"Ogni nuova tecnologia OE rappresenta una grande opportunità commerciale per l'aftermarket e questo tour ha come focus quello di aiutare ricambisti e officine a divenire esperti nei nuovi prodotti e sistemi che vengono immessi sul mercato", ha affermato Alex Gelbcke, Tenneco vice president and general manager, Europe aftermarket.

Oltre allo show interattivo "Tenneco on tour", che ha già toccato numerose nazioni europee e non, Tenneco sta introducendo in Italia alcune innovative campagne promozionali, "Tutto invecchia" e "Monroe is Cool", che andranno ad interessare sia i professionisti della riparazione sia gli automobilisti.

La campagna "Tutto invecchia" è stata pensata allo scopo di rendere consapevole l'automobilista del fatto che anche gli ammortizzatori si usurano, tanto quanto succede per altri prodotti visibili quali le scarpe, le calze, i pneumatici e gli spazzolini da denti. Il messaggio simpatico, che verrà veicolato attraverso media on e offline, è stato creato per supportare quelle officine i cui clienti non sempre sono consapevoli del fatto che i componenti per i sistemi di sospensione si deteriorano nel tempo, diventando meno efficaci di quanto lo fossero da nuovi.

Il Tour "Monroe is Cool" sarà invece l'occasione per presentare agli installatori un'offerta molto variegata di materiali promozionali e una gamma prodotti completamente nuova; la campagna vedrà come protagonisti alcuni veicoli con la livrea del Campionato WTTC, guidati da eleganti promoter, che viaggeranno nei prossimi mesi lungo tutta la nostra

penisola, per incontrare ricambisti e meccanici.

Ad Autopromotec 2013 l'azienda ha lanciato la gamma tiranteria a marchio Monroe, caratterizzata da ricambi di qualità OE, con una copertura molto ampia del circolante. Come fornitore di Primo Equipaggiamento di componenti per lo sterzo e le sospensioni, Tenneco trasferisce questo know-how nel mercato dell'aftermarket con prodotti che consentono alle officine e ai loro clienti di "Sentire la differenza" quando si usa Monroe. "Sentire la differenza" è fondamentale per l'officina e l'automobilista perché consente di riportare il veicolo come nuovo in termini di maneggevolezza, comfort e risposta alla guida," ha proseguito Gelbcke. "Da leader mondiale nelle tecnologie elastomeriche di primo impianto, Tenneco vanta una vasta esperienza nello sviluppo di componenti sterzo e sospensioni capaci di garantire performance eccezionali e durature rispetto alla concorrenza".