

La vendita online dei pneumatici è ormai cosa nota e l'interesse crescente da parte delle Case è dimostrato anche dalla recente [acquisizione da parte di Michelin del portale francese Alloptuneus](#). Tuttavia, finora, nessuno dei principali produttori si era ancora mai rivolto direttamente al pubblico con un proprio sito di e-commerce. Ha deciso di tentare questa strada Goodyear negli Stati Uniti. Il presidente e amministratore delegato del colosso americano, Richard Kramer, ha infatti annunciato, in occasione dell'assemblea annuale del 13 aprile, che l'azienda ha intenzione di avviare la vendita online dei pneumatici nel proprio Paese. Non è stato rilasciato nessun commento relativamente alla volontà o meno di estendere il progetto di e-Commerce anche in altri mercati.

“Come probabilmente avrete già sentito, Goodyear sarà il primo produttore di pneumatici a vendere online direttamente ai consumatori negli Stati Uniti”, ha detto Kramer agli azionisti presenti all'assemblea. “Lanceremo la prima fase di questo progetto nei prossimi giorni e questa nuova modalità di acquisto consentirà ai consumatori di acquistare i pneumatici online e di farli montare da rivenditori autorizzati”.

I pneumatici venduti attraverso il portale di e-Commerce di Goodyear verranno infatti montati dal network di rivenditori che aderiscono all'iniziativa. Secondo la stampa specializzata americana, i dealer che hanno deciso di aderire al programma di e-Commerce erano circa 1.100 già alla fine di gennaio. Goodyear adesso parla di una rete di “centinaia di rivenditori” che hanno sottoscritto l'accordo. I rivenditori rappresentano un aspetto centrale del nuovo canale di vendita messo a disposizione del mercato da Goodyear, perché gli automobilisti che acquistano le gomme dal sito Goodyear.com non avranno la possibilità di richiedere la spedizione direttamente a casa loro: “Gli acquisti online prevedono necessariamente il montaggio da parte di un professionista e includono anche i costi standard per l'installazione”, si legge infatti nel sito, che sottolinea anche che non è previsto nessun costo aggiuntivo per la spedizione presso i gommisti.

La ragione che sta dietro alla decisione di Goodyear di affrontare la vendita online B2C è che le nuove generazioni - dagli adolescenti ai 30-40enni - se l'aspettano. Kramer, sottolineando che a breve 80 milioni di ragazzi del nuovo millennio negli Stati Uniti raggiungeranno un'età in cui si acquistano gomme, ha svolto queste riflessioni nel proprio intervento al World Rubber Summit di fine marzo: “I consumatori del secondo millennio non si adatteranno a noi e al modo in cui noi abbiamo venduto i pneumatici negli ultimi cent'anni. Siamo noi a doverci muovere in fretta, seguendo le esigenze dei consumatori e le nuove tecnologie. Dobbiamo fare di più che vendere gomme. Dobbiamo vendere un'esperienza comoda e pratica con i nostri prodotti e rendere il processo d'acquisto dei pneumatici più facile”.

© riproduzione riservata  
pubblicato il 22 / 04 / 2015