

Goodyear e Motul, azienda leader nel settore dei lubrificanti, annunciano di aver siglato una partnership per fornire ai rivenditori della rete SuperService prodotti di elevata qualità.

SuperService è fortemente impegnata a supportare il business dei suoi rivenditori, contribuendo all'individuazione e all'implementazione di prodotti e servizi complementari, per diversificare l'offerta e soddisfare le esigenze di un consumatore in evoluzione. Questi strumenti, offerti in esclusiva ai rivenditori aderenti alla rete SuperService, contribuiscono a destagionalizzare l'attività e attirare ulteriore traffico nel punto vendita.

“Siamo molto felici per la partnership con Motul, azienda leader con cui condividiamo l'attenzione alla qualità dei prodotti e la passione per il motorsport. L'obiettivo della rete SuperService è quello di creare delle vere e proprie officine multiservizio, in grado di offrire servizi base di manutenzione auto, cogliendo così un'opportunità per posizionarsi come punto di riferimento per motociclisti e automobilisti. L'accordo con Motul va proprio in questa direzione, dando la possibilità ai nostri rivenditori di integrare nella loro offerta prodotti complementari di altissima qualità, ampiamente riconosciuta dal mercato”, commenta Marco Prosdocimi Retail Manager di Goodyear Dunlop Italia.

“La rete SuperService di Goodyear Dunlop - continua Andrea Fehr, Direttore Commerciale di Motul Italia - rappresenta un patrimonio di eccellenza nel panorama italiano dell'aftermarket automobilistico. È motivo di orgoglio per Motul essere stati scelti come i fornitori dei lubrificanti di questo network, e metteremo a disposizione tutto il nostro riconosciuto know - how al fine di offrire a questi nostri nuovi clienti un percorso di qualificazione professionale in linea con le loro aspettative di crescita nel settore mecatronico. Per il secondo anno consecutivo, Motul Italia è cresciuta nei fatturati e nei volumi anche grazie agli investimenti compiuti nella formazione dei nostri clienti nel campo delle applicazioni dei lubrificanti, attività che metteremo a disposizione di tutta la rete SuperService”.

Il 2015 è stato un anno molto positivo per SuperService, che ha visto l'ingresso di 12 nuovi affiliati, numeri in crescita rispetto al 2012 sia per il sell-out sia per il sell-in e un calendario ricco di programmi, eventi e corsi di formazione che hanno sempre registrato il tutto esaurito. Il 2015 ha visto anche l'introduzione di Offerta Dedicata, l'iniziativa che offre un consulente dedicato, un moderno sistema di CRM e layout specifico in aggiunta al tradizionale pacchetto SuperService.

© riproduzione riservata  
pubblicato il 8 / 02 / 2016