

Domenica 27 novembre il network Gommista di Fiducia ha concluso il tour 2016, incontrando i propri affiliati in un agriturismo in provincia di Enna. 60 affiliati, con le proprie famiglie, hanno trascorso la giornata, in un clima festoso e informale, insieme allo staff delle due aziende fondatrici del progetto, DPM e Palmeri.

I responsabili delle due aziende, dichiarandosi molto soddisfatti dei risultati del 2016, hanno sottolineato che “in un mercato fatto di utenti multi-device, ormai sempre più connessi e abituati a comprare su internet, non è consentito ai gommisti di non essere presenti in progetti innovativi basati sul web”. “Il network Gommista di Fiducia, che ormai è molto più che un progetto, offre ai professionisti del pneumatico l’opportunità di incontrare i propri prossimi clienti negli spazi in cui essi sono soliti informarsi prima di compiere l’acquisto: motori di ricerca e social network”.



L’obiettivo del progetto è infatti proprio consentire ai gommisti di giocare alla pari con gli altri player della distribuzione online in termini di visibilità.”Ed è un obiettivo che Gommista di Fiducia ha già raggiunto con un avanzatissimo portale web e importanti azioni di digital marketing”, sostengono le due aziende promotrici del progetto.

Il prossimo step del progetto, che le due aziende sono convinte farà la differenza nell’influenzare la scelta del cliente, sarà l’offerta di servizi a valore aggiunto, come la **consulenza, l’assistenza e, soprattutto, l’assicurazione contro urti accidentali e danni riparabili.**

Tra le novità del 2017, inoltre, ci sono **condizioni d’acquisto privilegiate sul brand Infinity** che garantiranno agli affiliati una **marginalità** superiore alla media. “Questa operazione permette di delineare il futuro di Gommista di Fiducia che, da sito per la vendita di gomme online, diventa una vera e propria rete, esattamente come quelle create dai produttori”, concludono DPM e Palmeri.

