

C'è una differenza sostanziale tra essere online come Gommista Specialista ed essere "partner di montaggio" di una delle tante piattaforme di vendita online di pneumatici: nel primo caso si fa parte di un Gruppo e si è protagonisti delle strategie della piattaforma, nel secondo caso si aderisce invece, in qualità di semplici 'montatori', a un progetto altrui.

La piattaforma Gommista Specialista, gestita dalle 11 aziende italiane socie di Gruppo Sirio, è nata nel 2009 per l'esigenza di conoscere e presidiare il nuovo canale di vendita online, ma negli anni ha affinato il proprio DNA, con l'obiettivo di fornire informazioni al consumatore e portarlo in officina per concludere la transazione.

Per consentire ai propri clienti di 'essere online', Gommista Specialista offre diverse formule, con pagamenti mensili o percentuali sul venduto, in modo da permettere a chiunque di provare a percorrere questa via. È naturale però che i risultati siano proporzionali agli investimenti e che aderire con la formula Gold, quella più completa, possa davvero fare la differenza.

I gommisti che aderiscono alla versione **Gold** possono infatti vivere in una sorta di 'realtà aumentata', in quanto il loro magazzino si allarga virtualmente e diventa il magazzino dell'intero Gruppo Sirio, di cioè ben undici aziende distributrici di tutta Italia con 500.000 gomme a disposizione del cliente finale. A fronte di una spesa di soli 29,17 euro al mese (350 all'anno), un gommista Gold può inoltre usufruire di tutte le opzioni che aiutano a trasformare il click in una vendita: visibilità sulla mappa, scheda con dettagli sull'attività, foto, numero di telefono, link personalizzato, ma soprattutto un miglior posizionamento nelle ricerche e vari accorgimenti per mettere in risalto il suo nominativo rispetto ad altri.

Esistono poi l'abbonamento **Silver**, che per soli 8,34 euro al mese (100 all'anno) offre una serie di vantaggi, come il numero di telefono e la possibilità di inserire delle foto, e **l'iscrizione di base**, al costo di un **5% sul venduto**, che consente solo di apparire sulla mappa e descrivere brevemente le attività del centro.

Le strategie del portale di Gruppo Sirio si basano su un attento esame dei trend del mercato per aumentare la conversione delle visite in vendite puntano su mobilità, semplicità del processo di acquisizione delle informazioni e di prenotazione, assistenza rapida e diretta al cliente e capacità di fargli percepire un senso di convenienza, urgenza e affidabilità.

In quest'ottica è stata rinnovata l'Homepage, è aumentata la presenza sui social media ed è stata realizzata un'App pratica e di semplice utilizzo. Ci sono poi importanti investimenti pubblicitari su **Google** con 17.000 parole chiave selezionate, sui canali social e su 140 siti affiliati al programma, siti cioè che mandano su Gommista Specialista quegli utenti che

stanno facendo delle ricerche mirate di pneumatici.

Oggi sono presenti nella piattaforma di Gruppo Sirio **1.255 gommisti**, di cui parecchi con l'abbonamento base. La misura più venduta è la **205/55 R16** con un 18% del totale. Seguono la 185/65 R15 con il 9% e la 175/65 R14 con il 7%. Per quanto riguarda invece i brand più gettonati, la fanno da padrone, naturalmente, i marchi che il Gruppo distribuisce in esclusiva e che si collocano in una fascia di prezzo più bassa, scelta classica dell'utente online. La marca più venduta è **Kenda**, con circa 6.000 pezzi. Molto bene anche Orium, Riken, Kleber, General e Barum e si difendono comunque anche le Premium sponsorizzate.

*“Siamo convinti della bontà e dell'originalità di questo progetto, che ancora una volta mette al centro le persone e i rapporti interpersonali, anche quando si parla di web”, afferma **Sergio Maggioni**. “Noi ci crediamo e ci mettiamo la faccia. È però altrettanto importante che i gommisti nostri clienti ci credano e si impegnino per sfruttare al massimo le potenzialità di questo straordinario strumento che mettiamo nelle loro mani”.*

© riproduzione riservata  
pubblicato il 28 / 07 / 2017