

Il progetto Click2sell lanciato da Michelin per i propri Mastro festeggia in questi giorni la sottoscrizione del 100° sito internet. I rivenditori Mastro hanno quindi risposto positivamente alla proposta di Michelin ed hanno colto l'opportunità del Click2sell: creare e personalizzare con pochi click il proprio sito web aziendale, dotandosi così di una vetrina digitale professionale.

Il Click2sell rappresenta una bella notizia anche per i consumatori che sempre più spesso utilizzano internet per raccogliere informazioni sui pneumatici. Oltre alle informazioni di base e alla geo-localizzazione dei punti di vendita, il Click2sell permette infatti di visualizzare l'offerta di pneumatici proposta dal Mastro Michelin ed i relativi prezzi, ordinare i pneumatici online pagandoli in negozio, prenotare un appuntamento o semplicemente chiedere un preventivo. Nel sito il consumatore può trovare inoltre le informazioni su tutti i servizi legati al pneumatico e alla manutenzione del veicolo offerti dal Mastro Michelin nel suo punto di vendita.

Le iniziative messe in atto da Michelin in questi tempi di profonda trasformazione digitale non si fermano qui. **Da qualche giorno, infatti, il sito michelin.it offre al consumatore, attraverso la geolocalizzazione, la possibilità di visionare i prezzi dei prodotti Michelin dei rivenditori più vicini.**

Emanuele Quattrin, Digital & Consumer Experience Marketing Manager Michelin Italia, ha affermato: "Siamo felici di essere arrivati a quota cento, e non ci fermiamo qui. Il nostro obiettivo è far progressivamente crescere questo numero. Grazie al sito internet chiavi in mano Click2sell, al materiale marketing scaricabile da una piattaforma messa a disposizione dai partner Mastro e alla pubblicazione sul sito michelin.it dei prezzi B2C dei nostri prodotti, mettiamo i nostri partner nelle condizioni di sfruttare al meglio le opportunità offerte dal digitale".

© riproduzione riservata
pubblicato il 20 / 12 / 2017