

Il network First Stop - 160 Rivenditori Raccomandati Bridgestone specializzati in servizi su pneumatici e manutenzione auto che fanno dell'attenzione e della cura per il cliente e la sua sicurezza il proprio punto di forza - lancia una nuova campagna di comunicazione, già on air a partire dal mese di giugno.

Il piano di comunicazione, un mix di pianificazione radiofonica e online, garantisce una copertura continuativa e geo localizzata sul bacino di utenti di ogni punto vendita affiliato.

Claudio Guella, First Stop Retail Manager South Region, dichiara: *“Abbiamo deciso di lanciare una campagna di comunicazione che instauri con il cliente un rapporto di fiducia, una relazione costante e continuativa. Il concept creativo racconta del forte legame che c'è tra l'automobilista e la propria vettura e invita a pretendere sempre il meglio per la propria auto, e questo per noi vuol dire affidarsi a First Stop.*

Siamo sempre connessi con il futuro, in un'ottica di continuo sviluppo e miglioramento dei nostri servizi retail: professionalità, efficienza e velocità ci permettono di soddisfare le necessità dei nostri clienti semplificando la loro vita quotidiana.”

In una prima fase, a partire dal mese di giugno, uno spot radio da 30” sarà trasmesso sui principali network radiofonici locali, per un totale di oltre 7.000 passaggi radio, che raggiungeranno oltre 19 milioni di ascoltatori. Le radio locali avvicinano ancora di più i rivenditori First Stop al cliente finale consolidando un legame già presente.

A partire da luglio e fino al prossimo mese di ottobre, la campagna First Stop arriverà anche su alcune tra le più rilevanti emittenti nazionali - tra cui Virgin Radio, Radio Montecarlo e R101 - con oltre 40 citazioni all'interno di alcuni di tra i programmi più seguiti in Italia, come Bonjour Bonjour, La Banda e Virgin Revolver.

Alla radio si affianca anche un importante investimento sui canali digitali, con ad esempio adv su Facebook e una campagna mobile display che conta di raggiungere oltre 11 milioni di visualizzazioni, senza dimenticare la continua sponsorizzazione delle schede Google My Business dei punti vendita partner.

La nuova campagna First Stop è solamente uno dei numerosi strumenti messi a disposizione dei punti vendita della rete per rafforzare la propria base clienti e costruire con loro una relazione duratura basata sulla fiducia.

Recentemente è stato infatti anche rinnovato il sito web della rete First Stop, divenuto una vera e propria vetrina virtuale professionale e personalizzabile, che offre informazioni

sempre più dettagliate sul network e su tutto quello che i professionisti First Stop possono fare per ognuno dei propri clienti.

© riproduzione riservata
pubblicato il 24 / 06 / 2019