



PneusNews.it

focus on

Maggio 2017

Corriamo insieme...

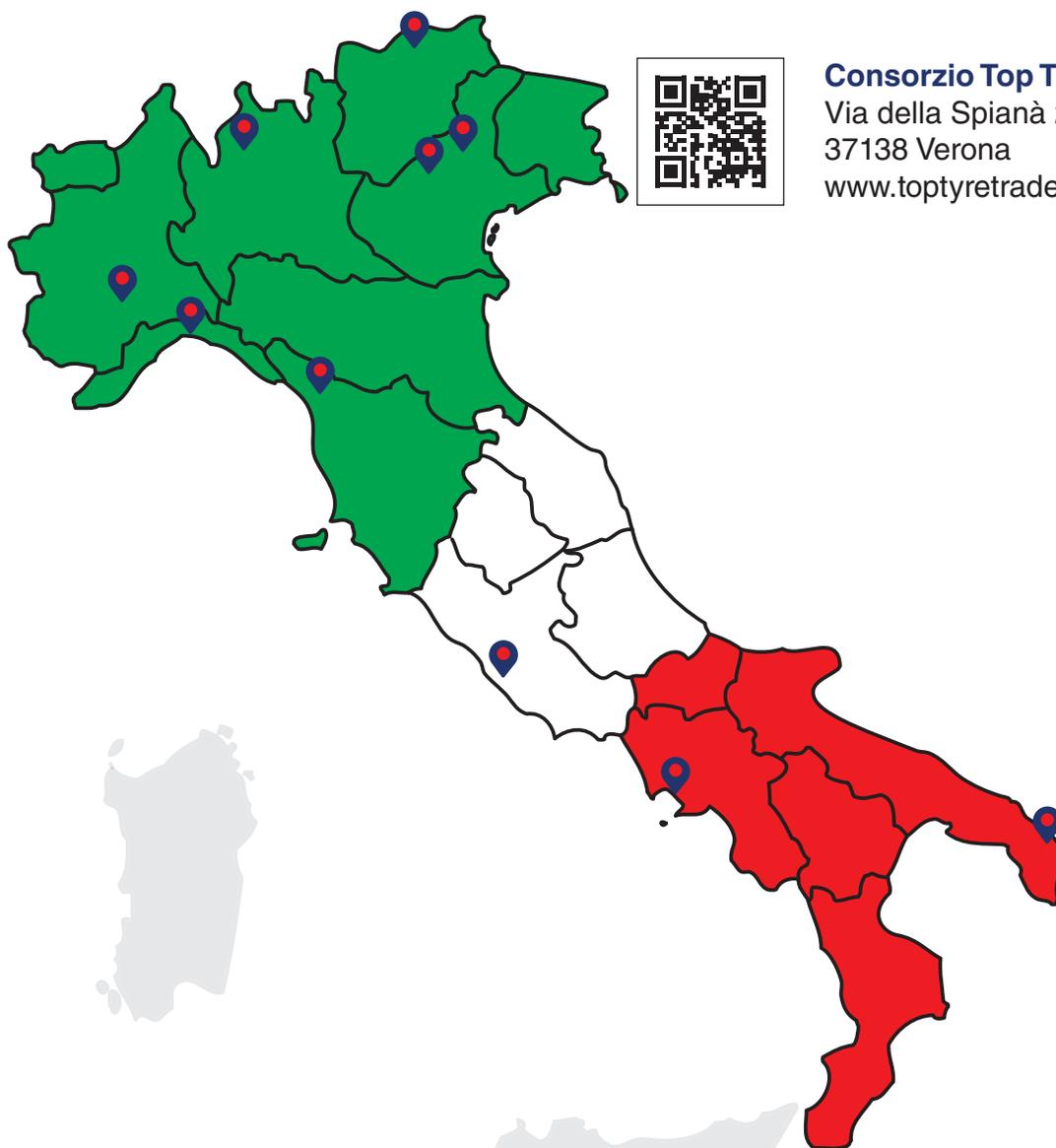


NUMERO SPECIALE
sponsorizzato da

GRUPPO 
SIRIO

TOP TYRE TRADE

Corriamo insieme...



Consorzio Top Tyre Trade

Via della Spianà 2/A

37138 Verona

www.toptyretrade.com

PNEUS INTERNATIONAL s.r.l.

Borgo San Martino, 48
12042 BRA (CN)

PNEUS IN s.r.l.

Via I° Maggio, 21
24040 OSIO SOPRA (BG)

ZUIN S.p.A.

Via San Michele, 13
35010 SAN PIETRO IN GÙ (PD)

SIRIO PNEUS s.r.l.

Via della Spianà, 2/A
37138 VERONA

LARGHERPNEUS s.r.l.

Via Filos, 24 – Z.I. Ovest
38015 LAVIS (TN)

PICASSO GOMME SAVONA s.r.l.

Via Trieste, 10
17047 VADO LIGURE (SV)

T.B. FAVILLI DI TOSI BRUNA

Via Livornese Est, 7
56030 PERIGNANO (PI)

MODERNA GOMME s.r.l.

Via del Pianeta Venere, 25
00144 ROMA

PNEUTEC s.r.l.

Via F. Imparato, 190
(complesso Napoli est)
80146 NAPOLI

CENTRO GOMME s.n.c.

di Macrì Elio e De Matteis Vito
Via M. Chiatante, 26 - Z.I.
73100 LECCE

GRUPPO
SIRIO

TOP TYRE TRADE

Testata registrata presso il Tribunale di Belluno (637/2012) | Direttore responsabile: Lucia Tonini | **Gruppo editoriale PROFIL-VERLAG GMBH** | Editore: Klaus Haddenbrock, Harsefelder Str. 5, 21680 Stade - Germania, Postfach 1408, 21654 Stade, Phone +49 4141 - 5336-0, Fax: +49 4141 609900, www.reifenpresse.de, info@reifenpresse.de | **Sede italiana** Pneusnews S.r.l., Centro Direzionale Undici, Via degli Agricoltori 11, 32100 Belluno - Italia, tel. +39 0437 93993323, info@pneusnews.it, www.pneusnews.it | **Redazione** Lucia Tonini, tel. +39 340 3503474, lucia.tonini@pneusnews.it - Ludovico Bencini, tel. +39 340 3756225, ludovico.bencini@pneusnews.it | **Pubblicità** Federica Dotto, tel. +39 340 4613478, federica.dotto@pneusnews.it | **Grafica e stampa** Tipografia Piave Srl, Piazza Piloni 11, 32100 Belluno - Italia.

SOMMARIO

- **Convention Gruppo Sirio: è aperta la sfida tra web e venditori**
PAGG. 4-6
- **Toyo Italia affida a Gruppo Sirio l'esclusiva del brand Nitto - Made in Japan**
PAG. 8
- **Orium: affidabilità premium, prezzo budget e nuovi disegni esclusivi - Made in Serbia**
PAG. 8
- **Debutto di successo nei test per il nuovo Kenda Emera A1 KR41 - Made in Taiwan**
PAG. 9
- **Successo per l'Off Road Show di General Tire che ha coinvolto 10 rivenditori**
PAG. 10
- **Non montatore ma Gommista Specialista: quando il web è una scelta**
PAG. 11

Questo speciale, realizzato in collaborazione con PneusNews.it, è un esperimento di comunicazione, un nuovo modo per raggiungere i nostri clienti e tutti gli amici di Gruppo Sirio, per raccontare la nostra realtà e i traguardi che abbiamo raggiunto, con una raccolta di articoli pubblicati negli ultimi mesi.

“Correre insieme” è il tema che guida la nostra strategia, perché noi crediamo che, solo correndo insieme ai gommisti e creando un network, riusciremo ad essere competitivi.

Il consorzio prende atto dell'evoluzione del settore e del mercato moderno, con tutte le opportunità che offre, ma anche con gli ostacoli da superare. In questa fase così fluida, noi crediamo nel Consorzio e lo rilanciamo con ancora più entusiasmo, perché siamo convinti che non si possa stare soli: correre insieme è oggi l'unica via per approcciare in modo nuovo la clientela e distinguersi sul mercato.

Ringraziando tutti i partner che corrono con noi, auguriamo una buona lettura.

Sergio Maggioni
direttore di Gruppo Sirio



Il focus questa volta è su Gruppo Sirio, sulle sue iniziative e sui marchi che distribuisce.

“focus on” è un prodotto editoriale di PneusNews.it nato a fine 2014 per approfondire di volta in volta dei temi diversi, con un formato nuovo e più consono all'approfondimento: la rivista stampata o sfogliabile online.

Pur mantenendo la 'neutralità' propria della stampa, il gruppo editoriale ha deciso di offrire questo prodotto alle aziende interessate a promuovere la propria immagine e i propri prodotti, attraverso una selezione di articoli apparsi sul sito e nella newsletter di PneusNews.it.

Questa prima edizione è sponsorizzata da Gruppo Sirio, un consorzio di distributori che, anche questa volta, si distingue per l'attenzione ai contenuti e per il coraggio di non essere auto-referenziali.

Per informazioni sul prodotto:
pubblicita@pneusnews.it - 340 4613478

Lucia Tonini
direttore responsabile di PneusNews.it

Convention Gruppo Sirio: è aperta la **sfida tra web e venditori**

Il Gruppo Sirio ha deciso di mostrare i muscoli, perché la correttezza e l'educazione non vengano scambiate, da chi non conosce bene la realtà del consorzio, per debolezza o insicurezza. I numeri del resto ci sono tutti: 2 milioni di gomme vendute all'anno da 11 aziende storiche, che dispongono di 15 magazzini di proprietà per un totale di 45.000 mq, pari ad una capacità di stoccaggio di 600.000 gomme.



Si è svolta il 24 febbraio a Bergamo la consueta convention annuale del Gruppo, a cui, oltre agli undici soci (Centro Gomme, Franzosi Gomme, Largher, Moderna Gomme, Picasso Gomme Savona, Pneus In, Pneus International, Pnuec, Sirio Pneus, TB Favilli e Zuin Gomme) ha partecipato, come partner e ospite d'onore, anche Giovanni Palmeri, titolare dell'azienda siciliana Palmeri Pneumatici, che da qualche anno collabora con Gruppo Sirio, condividendo dei progetti e la visione strategica del mercato.

“Da 17 anni siamo una realtà unica nel panorama italiano, considerata da tutte le Case produttrici con un occhio di riguardo”, ha affermato il presidente del Gruppo Fiorenzo Zuin, contitolare di Zuin Gomme, aprendo la convention. “Lo scenario del settore della distribuzione in Italia sta

cambiando significativamente, ma Gruppo Sirio si conferma sempre nelle prime posizioni, subito dopo il gruppo leader, con la differenza sostanziale che il nostro consorzio è formato da aziende e da titolari che tutti i giorni si impegnano e rischiano in prima persona”. “Capisco che le tentazioni siano tante, - ha aggiunto il presidente, rivolgendosi ai 70 venditori, - ma non sono i 100 euro in più oggi che possono garantire un posto di lavoro domani. L'importante è mettercela tutta, diventare dei consulenti in grado di offrire informazioni preziose ai clienti e agire sempre in onestà, da galantuomini quali siamo. Le gomme poi arrivano da sole”. Ha invece aperto il suo intervento con un *coupe de theatre* il direttore del consorzio Sergio Maggioni, che ha messo a confronto due storiche cantanti italiane: Orietta Berti, che nel tormentone del 1970 diceva “Finché la barca va, lasciala andare” - un vero inno all'inerzia, secondo Maggioni - e Raffaella Carrà, che con “Chissà se va”, sigla di Canzonissima, lanciò nel 1971 un messaggio decisamente più positivo. “La storia ci insegna che Orietta Berti ha venduto solo 15 milioni di dischi in tutta la sua carriera, mentre Raffaella Carrà ha venduto, in giro per il mondo, tanti dischi da non poterli contare.

Con queste parole il direttore del consorzio ha voluto spronare i soci e la forza vendita ad avere coraggio, a puntare in alto, ad avere un atteggiamento positivo e delle aspirazioni, anziché accontentarsi e lasciare andare le cose senza sforzarsi di cambiarle, come cantava la Berti.

“Avere un atteggiamento sicuro di sé è particolarmente importante in quest'epoca, che è figlia della quarta rivoluzione industriale, quella della smart manufacturing”, continua Maggioni. “Stiamo vivendo in un'epoca bellissima, piena di cambiamenti, che in passato avvenivano solo ogni 2-300 anni, mentre adesso si susseguono di giorno in giorno. Il modo di concepire e disegnare i prodotti è cambiato, la tecnologia è talmente avanzata che oggi uno smartphone racchiude in sé una ventina di strumenti, tra orologio, agenda, macchina fotografica, registratore, torcia e molto altro. Queste trasformazioni epocali hanno cambiato i giochi in





tutti i settori industriali: non è più il pesce più grosso che mangia quello più piccolo, ma **è il pesce più veloce che mangia quello più lento**. Viviamo nella società del minuto prima, dove chi arriva tardi ha perso”.

Come tutti gli anni, la convention è un'occasione per i soci del Gruppo Sirio per analizzare anche il mercato, un mercato che, secondo le statistiche dell'associazione europea ETRMA, nel 2016 ha venduto praticamente quanto l'anno prima.

“Quello che davvero conta sono i numeri e i numeri, nonostante quello che dicono i gommisti, sono positivi”, dice Maggioni e rimarca con forza questa affermazione, perché la forza vendita non si lasci condizionare dall'endemico pessimismo del settore e perché, se vende meno, non si senta in qualche modo giustificata dal refrain dilagante 'è il mercato che va male'. E questa considerazione è ancor più vera per quanto riguarda i premium brand, che in realtà stanno perdendo pochissimi punti percentuali, sia secondo ETRMA, che secondo Gfk, che monitora molti punti vendita. “Ancora una volta, **chi è capace di comprendere il mercato, quello vero, non quello che raccontano in giro, è vincente**”, afferma Maggioni. “E la stessa logica del pesce più veloce e della capacità di leggere i numeri e i trend del mercato in maniera concreta si applica anche ai produttori di pneumatici”.

AGENTI O PORTALI B2B?

“Se l'agente si limita ad essere un tramite fisico tra l'azienda e il cliente, semplicemente registrando dati e comunicando

prezzi, è facile che a vincere la sfida sia internet”, dice Maggioni. “Questo è il ragionamento che stanno facendo in molti e questo è il sistema con cui qualcuno già lavora. Oggi il venditore viene utilizzato solo per un paio d'anni per educare il cliente all'acquisto online e poi non serve più”. Gruppo Sirio sceglie invece una strada diversa: “Vogliamo continuare a sviluppare il progetto in cui crediamo ciecamente: **valorizzare la forza vendita e fidelizzare i clienti** attraverso meccanismi e sistemi intelligenti. Qualcuno dice che il futuro è il web; vero, ma noi crediamo anche nei nostri venditori”.

“Il settore sta vivendo una fase di profondo cambiamento: sono cambiate le tecnologie e sono cambiate le abitudini dei consumatori”, aggiunge **Paolo Leoncini, direttore vendite consumer di Continental Italia**, intervenuto alla Convention con i due area manger Riccardo Remotti e Marco Trambaioli, per presentare le ultime novità di prodotto e l'affiliazione FSC.

“Come prima di andare al ristorante o in vacanza, - continua Leoncini - consultiamo TripAdvisor, così anche chi deve acquistare le gomme prima si informa online. Secondo i sondaggi 7 italiani su 10 cercano su internet informazioni sui pneumatici. In questo contesto, però, quello che non cambia è il valore delle persone e se le organizzazioni si affidano ancora alla forza vendita è proprio perché sono convinte che possa fare la differenza. Oggi infatti la differenza non la fa il prezzo, non la tecnologia e nemmeno il brand. Oggi la differenza la fanno le persone, attraverso la formazione, la preparazione, la qualità e la professionalità.





E Gruppo Sirio sul mercato viene riconosciuto come un interlocutore di grande qualità”.

Un altro dato statistico portato da Leoncini alla platea di Bergamo fa riflettere: il 50% degli italiani escono dal gommista sollevati perché pensavano di spendere di più. “Quante opportunità perdono ogni giorno i gommisti per la fretta di offrire la gomma più economica?”, si chiede Leoncini. “Ecco che diventa importante il ruolo del rappresentante, che deve fare un lavoro di alto profilo, aiutando il cliente ad avere un approccio più professionale e autorevole nel raccontare il prodotto”.

IL MERCATO È TROPPO AFFOLLATO: TROPPI GOMMISTI, TROPPI VENDITORI, TROPPI GROSSISTI

Sergio Maggioni non ha dubbi: “Siamo troppi. **Troppi punti vendita:** in Italia si vendono circa 29 milioni di gomme con circa 35.000 punti vendita, mentre in Francia, per esempio, si vendono più milioni di pezzi passando per molti, ma molti meno operatori. **Troppi diffusori:** qualche anno fa erano un centinaio, l'anno scorso 33 e quest'anno una ventina, che forse diminuiranno ancora per fine anno. **Troppi grossisti:** tra i 50 e i 60, anche se in rapida riduzione, tanto che ne rimarranno probabilmente una ventina o, secondo

qualcuno, solo una decina in tutta Italia. **Troppi venditori:** le piattaforme hanno ridotto la necessità di avere persone sul territorio, come dimostra Deldo, che con soli 22 uomini vende 7 milioni di gomme nel mondo, di cui un milione in Italia con soli 3 commerciali”.

“Viviamo nel mondo della globalizzazione, dove essere grande conta, mentre se sei piccolo paghi dazio. In Italia i venditori verranno decimati, noi vogliamo differenziarci ed investire su di loro, perché pensiamo che sia l'unico modo per ritagliarci un nostro spazio sul mercato – dice Maggioni. Vogliamo portare avanti dei progetti e per farlo abbiamo bisogno di persone capaci, che conoscono il territorio e riescono ad avere un rapporto professionale e professionalizzante con i clienti. Siamo l'unico gruppo che ha tutti i progetti di fidelizzazione con le Case e anche questo dimostra che il nostro stile è diverso. Siamo troppi, è vero, ma noi non abbiamo paura, anzi siamo sereni e pronti a lavorare per vincere questa sfida”.

OBIETTIVI E PROGETTI 2017

Il Gruppo Sirio per quest'anno ha obiettivi molto ambiziosi e vuole migliorare e completare il progetto consortile, anche inserendo nuovi soci. Nel programma di marketing di quest'anno, presentato dal responsabile Gianfranco Costantino, ci sono progetti di fidelizzazione, meeting, corsi di formazione, prove in pista, campagne pubblicitarie, sponsorizzazioni calcistiche e, naturalmente, la partecipazione alla fiera bolognese Autopromotec.

“Ci attende un anno importante, ma siamo pronti”, dice Sergio Maggioni. “Siamo pronti ad affrontare le evoluzioni del mercato, che vanno considerate naturali. Le linee guida ci sono molto chiare e sono coerenti ai nostri 17 anni di storia. Adesso è il momento di concentrarci nel nostro ruolo di grossisti e di affrontare la sfida della concentrazione del mercato. Arriverà poi anche il momento in cui presenteremo un progetto di negozi, per accompagnare i molti gommisti che attendono di avere una guida e per ‘correre insieme’ a loro, come abbiamo anticipato qualche anno fa. Nel prossimo futuro, infatti, attorno al pianeta Sirio, girerà anche una sequenza di satelliti”.



FUELED BY ENTHUSIASTS



<http://www.nitto-tire.it>

NITTO

Tre brand in esclusiva: **Nitto, Orium**

Toyo Tire Italia affida a Gruppo Sirio l'esclusiva del brand **Nitto** - Made in Japan

Nitto è la novità 2017 del Gruppo Sirio, a cui Toyo Tire Italia ha affidato l'esclusiva per tutta Italia.

Nitto Tire, azienda giapponese fondata nel 1949, è stata acquisita da Toyo Tire nel 1979 e si è specializzata in dimensioni e disegni di nicchia, in grado di soddisfare i mercati più esigenti. Il marchio, distribuito anche negli Stati Uniti, dove da quasi 20 anni c'è una filiale, quest'anno debutta in Europa: Italia, Belgio e Olanda.

Toyo presenta i pneumatici del suo second brand Nitto come "prodotti all'avanguardia, con disegni battistrada unici ed esclusivi, sviluppati con le più moderne tecnologie e testati da rigorosi collaudi". Gli ingegneri Nitto Tire, lavorando con strumenti e materiali innovativi, affermano di avere ottenuto "una significativa riduzione del rumore e un aumento dell'area di contatto del pneumatico, che conferisce stabilità e trazione eccellenti". Le mescole di ultimissima generazione garantiscono inoltre una lunga durata e una ottima tenuta su asciutto e bagnato.

"La marca Nitto ha una bella gamma con dimensioni e disegni accattivanti e un posizionamento medio-alto", dice Sergio Maggioni, direttore del consorzio. "Con Nitto completiamo la nostra offerta con un prodotto made in Japan di alta qualità davvero esclusivo, che risponde al trend del mercato, perché il futuro, come dimostrano i numeri e non le sensazioni emotive, va verso l'alta gamma".

I pneumatici Nitto sono **disponibili da maggio**, con una gamma che include l'UHP **NT555 G2** con 44 dimensioni, dai 15 ai 22 pollici, il modello **NT830** con 41 dimensioni dai 15 ai 20 pollici, il modello **NT860** con 36 dimensioni dai 14 ai 18 pollici, il modello **Dura Grappler** prodotto all'terrain per 4x4 (30 dimensioni) dai 15 ai 22 pollici e il modello **NT421Q** (30 dimensioni) dai 16 ai 21 pollici per CUV e SUV premium con battistrada asimmetrico.



Debutto di successo nei test per il nuovo **Kenda Emera A1 KR41** - Made in Taiwan

Kenda è un partner strategico per Gruppo Sirio. Tutti i soci del Gruppo hanno visitato l'azienda taiwanese con cui collaborano con successo e che negli ultimi anni sta investendo molto in Europa e per l'Europa.

Il nuovo **Kenda Emera A1 KR41** è infatti un pneumatico concepito per le strade e le esigenze europee, collaudato in Europa e premiato dai test europei indipendenti. Il lancio di questo prodotto ai dealer e alla stampa europea nel circuito di Misano, subito prima di Autopromotec, dimostra quanto l'azienda creda in questo prodotto e anche nel mercato italiano.

Nelle prove realizzate dal centro indipendente finlandese Test World, mettendo a confronto, nel sud della Francia, 18 pneumatici estivi nella popolarissima misura 205/55 R16, il nuovo Kenda Emera A1 KR41 ha ottenuto l'ottimo punteggio di 8,3 su un massimo di 10, piazzandosi a metà classifica subito dopo i marchi premium. Questo straordinario risultato conferma che il produttore taiwanese ha raggiunto l'obiettivo di sviluppare un prodotto premium estremamente competitivo per il mercato europeo.

Emera A1 è il primo prodotto nato dalla strategia "Focus on Europe" di Kenda ed è stato progettato e sviluppato appositamente per soddisfare i requisiti prestazionali del nostro mercato. L'azienda ha verificato le pre-

stazioni del prodotto in corso di sviluppo, con il coordinamento del Kenda Europe Technical Center (KETC) in Germania e in

particolare del Technical Leader Frits van der Steege, che - come dichiara l'azienda - "non ha solo un vasto know-how nel settore, ma anche la sensibilità necessaria per riconoscere i potenziali di miglioramento durante i test drive e di proporre i necessari aggiustamenti in fase di sviluppo".

L'Emera A1 è disponibile sul mercato da gennaio 2017 e Kenda è stata molto contenta della decisione di Test World di includere questo "giovane" prodotto nel test. Questa "gomma quality dal prezzo economico" in gara con prodotti anche premium è riuscita a portare a casa un risultato memorabile.

I principali criteri di giudizio del test sono stati la frenata su bagnato e asciutto, il comportamento in caso di aquaplaning, l'handling su strade bagnate e asciutte, la rumorosità e la resistenza al rotolamento con conseguente consumo o risparmio di carburante. Le condizioni del test sono state varie, di giorno in giorno, in modo da provare i prodotti in un range completo di situazioni.



e Kenda



Orium: affidabilità premium, prezzo budget e nuovi disegni esclusivi - Made in Serbia

Il marchio Orium è entrato nel portafoglio del Gruppo Sirio nel 2016 e vanta un eccezionale rapporto qualità-prezzo, poiché viene prodotto in Serbia da Tigar Tyres, un'azienda controllata dal Gruppo Michelin. La strategia della Casa francese nella fascia budget prevede infatti la produzione di pneumatici con brand proprietari da affidare in esclusiva nazionale a singoli distributori. Gruppo Sirio ha colto l'occasione e nel primo anno di collaborazione ha venduto più pezzi del previsto. La novità di quest'anno è che la gamma, che finora condivideva i disegni battistrada con altri marchi del Gruppo, si arricchisce di nuovi profili originali, rendendo l'offerta di Gruppo Sirio ancora più esclusiva e interessante.

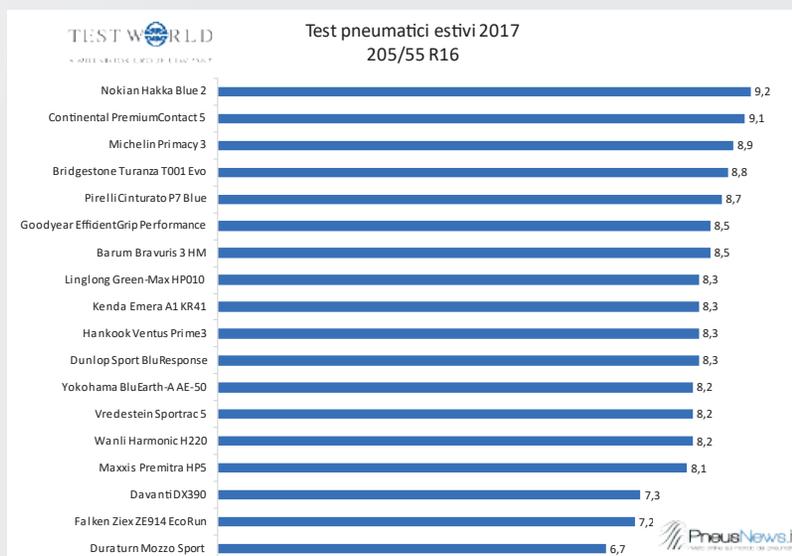
"Orium è un'arma di vendita formidabile per distinguersi con un'offerta davvero unica nel mercato italiano", afferma Sergio Maggioni direttore del consorzio.



La gamma comprende i segmenti vettura, SUV e trasporto leggero, con prodotti affidabili e moderni, sia estivi che invernali. Novità di quest'anno sono le serie **Orium Ultra High Performance**, un estivo vettura disponibile dai 16 ai 19 pollici con battistrada asimmetrico e i due invernali per SUV **Orium SUV Winter** e **Orium SUV Ice**. Per il trasporto leggero, invece, la gamma estiva **Orium 101** si arricchisce di due nuove dimensioni.

Kenda Emera A1 ha ottenuto 8,3 punti su 10, quando il miglior competitor è arrivato a 9,2. I tester hanno definito il prodotto Kenda "un pneumatico estremamente equilibrato e sicuro, senza debolezze nelle prestazioni". Inoltre le ottime caratteristiche della gomma su bagnato e nella prevenzione dell'aquaplaning le hanno permesso di competere e, in alcuni casi, anche superare i concorrenti più blasonati, ottenendo un risultato che merita ancor più attenzione se si considera la differenza sostanziale di prezzo.

Kenda continuerà, già quest'anno, a presentare nuovi prodotti per completare il range. Nella strategia europea di prodotto rientrano anche il Wintergen 2 KR501 per vettura e il Komendo Winter KR 500 per il trasporto leggero. Entrambe le gomme sono infatti state sviluppate per soddisfare i requisiti e le condizioni delle strade dell'Europa centrale, garantendo un alto livello di sicurezza nella stagione invernale.



Successo per l'**Off Road Show** di General Tire che ha coinvolto 10 rivenditori



General Tire

Con sede a Fort Mill, nel South Carolina, General Tire è stata fondata nel 1915 e vanta una storia di oltre 100 anni. L'azienda ha prodotto sin dall'inizio pneumatici per ogni tipo di veicolo a motore. Acquisita nel 1987 da Continental, General Tire fornisce pneumatici per auto, truck e veicoli industriali a clienti in tutto il mondo. L'azienda produce inoltre pneumatici speciali per veicoli 4X4.

Dieci tappe in diciotto giorni, un fuoristrada, i pneumatici General Tire, due testimonial smartphone-muniti e il bellissimo sfondo dei paesaggi italiani per raccontare il viaggio-avventura su percorsi alternativi. L'Off Road Show di General Tire dal 20 febbraio al 9 marzo ha attraversato alcune località montane e collinari del nord Italia, con partenza da Usseaux al confine con la Francia, sino a Viareggio, passando per Alagna, Franciacorta, Val Seriana, Val Camonica, Valtellina, Altopiano di Asiago, Andalo e Lago di Garda.

Con il patrocinio della Federazione Italiana Fuoristrada, a bordo di un 4X4 equipaggiato General Tire, Riccardo Scarlato conduttore televisivo del programma Go Kart di Sportitalia, e Giorgia Crivello, che insieme a Scarlato conduce On Race, sono partiti da alcuni rivenditori di pneumatici su percorsi fuoristrada e hanno fatto tappa presso punti di interesse, zone paesaggistiche e alcune significative realtà produttive del territorio, creando un diario social della loro esperienza e attirando l'attenzione sui luoghi che hanno visitato.

L'evento ha avuto grande seguito sui social attraverso le testimonianze video e fotografiche dei due protagonisti, che hanno condiviso con gli utenti le emozioni del viaggio su percorsi alternativi in cerca di avventura e libertà su strade sterrate tra natura e paesaggi di straordinaria bellezza. Il Tour è stato seguito anche da Radio Number One, partner ufficiale dell'evento.

L'iniziativa aveva anche un obiettivo più concreto: consegnare un treno di pneumatici omaggio a rifugi di montagna e associazioni rappresentative delle comunità locali.

Giorgia Crivello e Riccardo Scarlato saranno presenti allo stand del Gruppo Sirio (Padiglione 20 Stand E 52) in occasione della 27esima edizione di Autopromotec, rassegna internazionale specializzata in attrezzature e aftermarket automobilistico - in programma a Bologna dal 24 al 28 maggio - per raccontare la loro esperienza all'Off Road Show.

ECCO LE **10** TAPPE

- 20/02 Punto Gomme - Torino - Usseaux
- 21/02 Franzosi Gomme - Borgomanero - Alagna
- 23/02 Birolini Gomme - Urgnano - Franciacorta
- 27/02 Autodelta - Rovetta - Val Seriana
- 28/02 Graziano Gomme - Brescia - Val Camonica
- 02/03 Q.p. Gomme S.n.c. Di Quetti Martino & C.
- Loc. Grosio - Valtellina

- 04/03 Zuin Gomme - Bassano Del Grappa - Altopiano di Asiago
- 06/03 Dolomiti Gomme - Trento - Andalo
- 07/03 Garage Milano - Peschiera Del Garda - Lago di Garda
- 09/03 Passaglia Fulvio - Viareggio



Non montatore ma **Gommista Specialista**: quando il web è una scelta

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 e 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".



www.gommista-specialista.it



KENDA

EMERA A1

La migliore Premium Performance di Kenda

**Sviluppato e creato appositamente
per l'EUROPA**

Kenda irrompe con la qualità e l'eccezionale performance del pneumatico EMERA A1 nel segmento europeo da alte prestazioni, adottando come parametri base i severi requisiti richiesti dagli standard europei, mettendo un chiaro focus sulla sicurezza.

Il pneumatico EMERA A1 dimostra un'eccellente grip sulle superfici stradali asciutte ed in particolare su quelle bagnate ed è estremamente reattivo con risultati sorprendenti in caso di frenata brusca tanto da risultare migliore di alcuni competitor europei.



<http://automotive.kendatire.com/it-it>

KENDA
TIRES