

Ricambisti Eterni Protagonisti: il valore della filiera

Riflettori puntati sul piano marketing di Autodis Italia "Ricambisti Eterni Protagonisti", che mette al centro esigenze e obiettivi dei Ricambisti clienti del Gruppo.

Ci sono tanti modi per supportare la filiera della distribuzione ricambi e Autodis Italia ha deciso di essere in prima linea per sostenere i suoi clienti attraverso strumenti mirati e dedicati. In particolare qui parliamo del piano di marketing di quest'anno e delle nuove iniziative ideate dal Gruppo e riunite sotto il nome di "Ricambisti Eterni Protagonisti", un ricco programma di attività che nasce per dare visibilità e premiare i Ricambisti Partner dei Distributori.

I Ricambisti al centro

Cosa significa mettere al centro di questo piano i Ricambisti e i loro obiettivi? In pratica Autodis mette la sua esperienza nel campo del marketing al servizio dei propri clienti utilizzando parte delle sue stesse risorse per evidenziare

di comunicazione, investimenti, attività eccetera) per promuovere i Ricambisti, renderli più visibili sul mercato, valorizzare la loro offerta e il lavoro che fanno per le officine; in pratica li rende i protagonisti del piano marketing a loro dedicato.

Fase uno: candidatura e interviste

Questo piano include una serie di iniziative di cui la prima in partenza a luglio che riguarda "il racconto dei Ricambisti sui canali Social di Autodis Italia".

I Ricambisti interessati dovranno infatti candidarsi su una piattaforma online dedicata e saranno intervistati per raccontare ed evidenziare le loro attività. Autodis li aiuterà a comunicare questi contenuti inserendoli sui propri canali social e digital, affinché le

officine loro clienti attuali e potenziali possano conoscerli meglio e apprezzare le attività proposte.

Le interviste saranno condotte da Barbara Pedrotti, nota conduttrice televisiva di programmi sportivi che, grazie alla sua notorietà e professionalità, contribuirà a

diffondere l'immagine e il valore dei Ricambisti intervistati.

Fase due: le promozioni

La seconda parte del piano marketing riguarda la nuova campagna promozionale "Autodis Obiettivo X" messo a punto da Autodis Italia per promuovere le vendite presso i Ricambisti Partner dei Distributori del Gruppo,



offrendo loro un'ampia gamma di sconti in natura.

Si tratta di una attività che presenta novità rilevanti rispetto a un programma promozionale standard gestito a livello locale dal singolo Distributore.

Ricambista e il suo Distributore di riferimento ne uscirà rafforzato, poiché al consueto dialogo quotidiano si aggiunge uno strumento innovativo di incentivazione personalizzata sulle esigenze e performance del singolo Cliente.



Questa iniziativa, basata sulla pubblicazione di un portale online, vedrà i singoli Distributori utilizzare una sezione loro dedicata per realizzare autonomamente le attività promozionali ovvero stipulare accordi promozionali specifici con i propri clienti e per beneficiare di una comunicazione nazionale e di un'ampia offerta di sconti in natura.

La seconda novità è l'estrema flessibilità, che consente al Distributore di personalizzare le iniziative in ogni elemento (durata, incidenza, marchi, clienti, eccetera). I Ricambisti potranno quindi accedere ognuno al proprio "extra sconto in natura", convertibile nei prodotti che Autodis ha inserito nel catalogo.

In questo modo il legame tra il

Autodis al fianco del Ricambista

Questo nuovo piano di marketing, lanciato a inizio giugno, dimostra in maniera evidente come Autodis Italia si ponga al fianco dei Ricambisti, non solo offrendo un'ampia gamma di prodotti e servizi di qualità, ma come loro Partner in maniera molto concreta, fornendo strumenti studiati ad hoc che mettano i Ricambisti in risalto e li rendano sempre più protagonisti sul mercato.

Un impegno che ben si sposa con la filosofia del gruppo internazionale PHE, che coinvolge tutti gli attori della filiera, in ogni Paese, dando a ciascuno ruoli, spazi di intervento e responsabilità in nome di un obiettivo comune di crescita globale.



il ruolo dei Ricambisti e rafforzarne l'immagine sul mercato.

La differenza rispetto ad altre strategie di marketing è che Autodis fa un passo in più: non si limita a promuovere i propri brand attraverso il Ricambista, ma punta i riflettori su ciascuno dei suoi clienti che aderirà all'iniziativa.

Autodis dunque riserverà una parte delle proprie risorse (canali