

Si è svolta il 6 luglio nella splendida cornice di Firenze la prima convention nazionale di myGOM, il network di Overgom presentato nel 2011 ad Autopromotec e operativo da inizio 2013. “C’è stata grande partecipazione, con oltre 100 rivenditori giunti da tutta Italia, isole comprese”, dice la responsabile marketing Emanuela Girardi. “Siamo davvero soddisfatti del successo di questo primo meeting, che ha riscosso successo e interesse da parte degli operatori, che hanno interagito con vivacità e non hanno sentito il peso di quattro ore consecutive di riunione.” La fatica non si è sentita per via degli argomenti molto attuali, dal web a come affrontare la crisi, che per la prima volta la rete ha affrontato in una assemblea generale, di fatto la prima riunione dei rivenditori dopo l’adesione al progetto. L’evento si è svolto in due giornate, con momenti conviviali, visita della città, shopping per gli accompagnatori e spettacolo di varietà alla sera.

“E’ stato un evento molto importante - ha detto Emanuela Girardi - perché il primo dopo le adesioni formali. Da gennaio in poi infatti sono arrivati tutti i contratti firmati e quindi Firenze è stata la prima vera occasione per presentare ufficialmente caratteristiche e obiettivi della rete, che dal nulla conta oggi già 188 punti vendita.”

Il progetto myGOM è nato per aiutare i gommisti ad uscire da questo momento di crisi. “Guardando gli indici economici generali e del nostro settore, non si vedono che segni negativi”, spiega la responsabile marketing. “In un contesto non particolarmente positivo, era necessario unirsi per fare qualcosa di diverso, dare maggiore visibilità ai nostri clienti e cercare di portare clienti nei loro negozi. In fondo la crisi è anche un’opportunità, perché chi riesce a superarla è vincente. Il nostro compito era offrire degli strumenti e un progetto innovativo che consentisse loro di superare questo momento difficile.”

Con lo scopo di condurre potenziali clienti dai rivenditori myGOM, l’azienda ha realizzato il B2C myGOM, un portale che non mira soltanto a vendere al cliente finale, ma soprattutto a dare visibilità al punto vendita del network. In occasione della convention fiorentina, myGOM ha illustrato il funzionamento, le potenzialità e i primi risultati di questo progetto innovativo. “Secondo le statistiche web ufficiali, chi ha compilato in modo corretto e completo il proprio profilo online, ha avuto una visibilità incredibile”, spiega Emanuela Girardi. “Alcuni rivenditori sono arrivati ad avere più di 100 visualizzazioni al giorno e comunque, tutti i clienti che hanno aderito, hanno percepito la singolarità e il carattere innovativo del nostro portale rispetto ad altri presenti sul mercato, che sembrano simili ma sono profondamente diversi dal portale myGOM”.

Il sito www.mygom.it è diventato operativo solo da poche settimane, quindi l’occasione del meeting è stata utile anche per spiegare ai rivenditori meno esperti di internet come compilare la propria pagina e il proprio profilo, inserendo foto e informazioni, come settare i

prezzi, e qualche suggerimento per farsi trovare dal maggior numero di clienti e avere risultati eccellenti da questo nuovo strumento sviluppato per loro.

Partner eccellente dell'evento è stata Pirelli, che è intervenuta nella persona di Roberto Rizzato, direttore vendite Italia, ospite della convention. "Le partnership di myGOM sono strategiche sia con i clienti che con i fornitori; con Pirelli in particolare stiamo sviluppando dei progetti innovativi che si ispirano ai valori di myGOM e beneficiano della grande esperienza e professionalità di Pirelli", afferma Emanuela Girardi. E conclude dicendo: "E' stata davvero un'esperienza positiva e entusiasmante e speriamo che sia solo la prima di una lunga serie di convention".



Il 6 luglio si è svolta a Firenze la prima convention di myGOM



Il motto di myGOM è: "Uniti si fa più strada"



La serata si è conclusa con uno spettacolo di varietà in stile Moulin Rouge all'Otel Varieté di

Firenze



© riproduzione riservata
pubblicato il 15 / 07 / 2013