

Nei giorni 4 e 5 febbraio si è svolta a Rimini la Convention che Michelin ha dedicato ai 463 operatori della rete Mastro. All'ordine del giorno, la digitalizzazione, un focus sul nuovo prodotto Pilot Sport 4 ed un approfondimento sull'offerta di servizi che Michelin dedica ai suoi partner Mastro. Presentazioni, testimonianze sul campo, filmati, momenti di confronto e atelier hanno dimostrato che è proprio il mondo dei trasporti ad essere tra i più digitalizzati ed evidenziato quali vantaggi e soluzioni ne derivino per il business.

“Il 70% delle persone consulta internet prima di acquistare i pneumatici, il restante 30% si informa direttamente presso il punto vendita. Ciò significa che l'acquisto avviene in negozio, ma spesso dopo che il consumatore ha cercato le informazioni su Internet. È quindi proprio su internet che l'esperienza del consumatore ha inizio ed è su questo tema che Michelin vuole supportare i propri partner Retail” ha affermato Alfio Famà, responsabile sviluppo della distribuzione italiana.

Nel corso dell'evento sono stati presentati i servizi e le soluzioni digitali proposte da Michelin, dai pneumatici “comunicanti” grazie al chip RFID ai servizi connessi per contribuire a semplificare la vita nelle operazioni di manutenzione, rendendo le attività più affidabili, aumentando la sicurezza e riducendo i costi operativi, fino al Road Usage Lab, vero laboratorio a cielo aperto che, grazie a un dispositivo elettronico collegato alla presa diagnostica della vettura, monitora i comportamenti alla guida di 3.000 persone in tutta Europa. L'analisi dei dati rilevati permette a Michelin di individuare le esigenze degli automobilisti e sviluppare tecnologie per rispondere alle loro necessità.

Alla Convention Michelin hanno partecipato la direzione commerciale della Michelin Italiana e il responsabile sviluppo della distribuzione europea.

© riproduzione riservata
pubblicato il 8 / 02 / 2016