

Nel tradizionale “Evention”, l’incontro annuale con la rete BestDrive, ContiTrade, la società di Continental che gestisce la rete di rivendita, ha delineato l’applicazione della strategia con la quale approccerà un mercato complesso e in evoluzione. Si tratta del secondo incontro di quest’anno, dopo l’appuntamento nel quale, in occasione di Autopromotec, ha annunciato le importanti novità che intende sviluppare a partire dal 2018.

L’evento, giunto alla terza edizione, si è svolto nella splendida cornice del Borgo dei Conti a Perugia tra il 23 e il 25 giugno. In un contesto di natura e tranquillità, in una delle più belle valli dell’Umbria, ha rappresentato un utile momento di confronto tra gli affiliati BestDrive, tutti presenti, e il management Continental.

La parte ludica dell’evento è stata incentrata sul basket e sul commento radiofonico, due attività che, nel coinvolgere i partecipanti, hanno esaltato gli skill che un moderno imprenditore deve possedere: la capacità di tendere alla perfezione nell’esecuzione e il gioco di squadra, con particolare riferimento all’ottimizzazione delle risorse.

Coordinare i talenti esaltando le diversità, mantenere il team coeso e affiatato è certamente una sfida avvincente. Lo stesso vale per la capacità di produrre un modello di comunicazione ricco e creativo, unendo voci indipendenti ma animate dal desiderio di essere ascoltate. In entrambi i casi, il ritmo e l’energia sono ciò che fa la differenza tra la semplice sufficienza e il successo.

“L’evento - spiega Dario De Vito Business Development Manager BestDrive - è sempre un’occasione per confrontarci con gli imprenditori sul nostro posizionamento nel mercato. In questa occasione abbiamo dedicato tempo e riflessioni su temi manageriali quali la predisposizione al lavoro in team, alla gestione efficiente delle risorse e, più in generale di come un lavoro di squadra faccia spesso la differenza. L’imprenditore come coach e le analogie con lo sport sono un modo per riflettere sull’importanza del “fattore umano”, sulla capacità di saperlo gestire e motivare, dote imprescindibile per raggiungere successi in un business fatto principalmente di persone”.

Sulla rete di officine in franchising, creata per offrire un’ampia e selezionata scelta di pneumatici e servizi di manutenzione di qualità elevata, con una capillare presenza sul territorio e un alto tasso di fidelizzazione della propria clientela, Continental intende sviluppare nuove iniziative e il 2018 sarà un anno di svolta. BestDrive rappresenta una soluzione globale per le esigenze dell’automobilista, con il valore aggiunto di servizi su misura. Il mercato di riferimento sta cambiando velocemente e l’esperienza di ogni singolo cliente diventa sempre più determinante per il successo del canale della rivendita. Ai bisogni del cliente tradizionale si uniscono infatti nuove esigenze dettate dalla sempre

maggiore presenza di operatori professionali – quali ad esempio i fleet manager – che richiedono un approccio al cliente strutturato, basato sulla qualità sulla tempestività e sulla precisione degli interventi. Il modello BestDrive è, secondo Continental, la risposta giusta ad un mercato in evoluzione.



© riproduzione riservata
pubblicato il 12 / 07 / 2017