L'inizio del 2020 ci ha messo di fronte ad una nuova situazione che ha cambiato e sta cambiando abitudini e routine quotidiana, ma che ha aperto il campo a nuove opportunità.

Il digitale oggi più che mai diventa un alleato fondamentale, e lo sarà sempre di più in futuro. Michelin è impegnata da tempo nel promuovere la diffusione della digitalizzazione per generare business nel punto vendita e ha continuato la sua attività anche durante l'emergenza proponendo corsi che rispondono a livelli diversi di conoscenza e apprendimento.

In questo periodo di riduzione della mobilità, il Centro di Formazione Michelin ha colto l'opportunità per trasformare l'attività svolta in aula, in corsi a distanza in aule virtuali nelle quali i partecipanti e il formatore in "remoto" interagiscono ponendo domande e dibattendo i temi trattati. Non si tratta pillole, ma di vere e proprie sessioni formative della durata di 4, 6 o 8 ore che con il supporto della tecnologia possono essere erogate senza penalizzare la qualità dell'offerta formativa.

La nuova formula è stata accolta positivamente nel periodo del lockdown: tra il mese di marzo e aprile sono state erogate 138 ore di formazione "webinar", distribuite in 22 classi virtuali a cui hanno partecipato oltre 200 persone.

"Michelin continuerà ad offrire proposte per implementare l'acquisizione delle competenze della propria clientela con l'obiettivo di supportare i propri dealer per affrontare le sfide presenti e future. A partire da maggio, alle sessioni formative a distanza erogate dai formatori Michelin, sarà affiancata una piattaforma e-learning", ha affermato **Franco Colombo**, responsabile del Centro di Formazione Marketing & Sales di Michelin.

IL CENTRO DI FORMAZIONE MICHELIN ITALIA (2019)

Persone formate: 1150

Ore di formazione erogate: 1906

Sessioni formative realizzate: 258