

Si è svolta il 19 e 20 giugno, nella splendida cornice di Sorrento, la settima convention nazionale di Euromaster Italia. Massiccia la partecipazione da parte degli affiliati della rete, che conta più di 170 centri sul territorio italiano e oltre 2400 centri in Europa.

Al centro dell'incontro la nuova strategia di Euromaster, che punta sullo sviluppo dell'offerta, con una forte accelerazione in tre ambiti: Digital, meccanica leggera e B2B. Proprio per rafforzare questi tre comparti, il network di Michelin ha lanciato molti nuovi progetti, che sono stati presentati alla rete in occasione del meeting.

Nel **B2B**, ossia nelle collaborazioni professionali, in particolare con le **flotte autocarro e vettura**, Euromaster investe sulle tecnologie del futuro e ha già avviato dei nuovi progetti relativi a **telematica e TPMS**.

✖ *"Il business legato alle flotte, sia autocarro che vettura, - ha affermato **Arthur Le Tarnec, amministratore delegato di Euromaster Italia**, - è, in forte crescita e si rinforzerà sempre di più, grazie a un approccio a tenaglia, che mette insieme le offerte veicolate a livello nazionale con le nuove offerte di hunting locale, che danno al singolo affiliato la possibilità di giocare tutta la forza della rete nella trattativa con il cliente".*

La **meccanica leggera**, già fortemente presente nel business della rete, crescerà nei prossimi anni grazie a un approccio globale dedicato ad aumentare le competenze e allargare la gamma dei servizi offerti. Un passo reso possibile anche ad una collaborazione ancora più importante con i partner Bosch e Shell.

In **ambito Digital** Euromaster completa invece la propria offerta con il lancio al consumatore finale del servizio di e-quotation (preventivo online) sulla meccanica leggera e punta su un supporto forte agli affiliati, per sviluppare in locale tutte le opportunità offerte dal web e dal mondo dei social.

✖ *"Un nuovo pacchetto di strumenti 'chiavi in mano' è ora disponibile per la creazione di siti web capaci di integrare numerose funzionalità mutuandole dal sito Euromaster Italia, aumentare la visibilità sui motori di ricerca e approcciare in modo efficace il mondo dei social", dice **Raffaele Beltrami, B2C and Communication Manager di Euromaster**. "Trasversale a questo approccio rimane comunque anche lo sviluppo degli standard operativi in officina e in accoglienza".*

L'azienda è convinta che il cosiddetto Digital Master Check rivoluzionerà il lavoro di tecnici e accettatori, mandando in pensione i supporti cartacei. La comunicazione tra accoglienza e officina sarà infatti molto più veloce e sicura attraverso l'uso di tablet in grado

di comunicare in tempo reale gli interventi da eseguire, elaborare foto, raccogliere i dati dei clienti e gestire i richiami vettura.

