Si è tenuta a Firenze, la prima convention nazionale Fintyre Club PRO, il network che Fintyre e i suoi clienti rappresentativi hanno deciso di creare tra il 2013 e il 2014 per affrontare le difficili ed importanti sfide che il mercato sta imponendo a tutta la filiera del pneumatico.

La convention nazionale, dice Alessandro Bruchi, co-direttore generale di Fintyre, è stata la naturale evoluzione di una serie d'incontri itineranti svolti nel 2014 dove sono state presentate le prime novità e sono stati condivisi insieme agli affiliati gli obiettivi del 2015. Proprio durante questi meeting sono state raccolte le necessità dei rivenditori e durante l'incontro a Firenze sono state presentate le soluzioni.

In particolare, la direzione commerciale Fintyre e tutto l'ufficio marketing, hanno esposto la loro vision attuale del mercato con un particolare focus sulla centralità del consumatore.

La convention, infatti, è iniziata con un video molto particolare ed innovativo che una delle principali compagnie aeree del mondo, Air France, sta mostrando ai propri passeggeri prima del decollo. Il video sostituisce il modo di presentare le procedure di sicurezza che le hostess per anni hanno eseguito a bordo degli aeromobili. Il messaggio trasmesso vuole proporre, in una forma diversa e più accattivante, quello che per anni veniva fatto sempre allo stesso modo.

Sono stati evidenziati i risvolti che l'era digitale ha prodotto sui consumatori e sulla ormai ben nota "customer experience" dando una visione a 360° dei fenomeni più innovativi del mondo del retail fino ad analizzare gli impatti sul gommista.

In generale è stato presentato uno scenario complesso, dove tuttavia si possono trovare tante opportunità da cogliere con velocità e determinazione.

Il meeting è proseguito con un'ampia parte operativa dove sono stati presentati alcuni contributi sul comportamento degli operatori di settore davanti alla propria clientela e le aree di miglioramento che possono essere intraprese.

A tal proposito Andrea Schena, responsabile marketing Fintyre, ha presentato le principali novità richieste dagli aderenti al network per questa prima parte dell'anno:

-La Formazione

-L'agenda Elettronica

– La App Fintyre Club PRO

Più in dettaglio, Fintyre erogherà ai propri clienti un ciclo formativo sviluppato insieme a Bosch Tec, la scuola di formazione del gruppo Bosch in Italia, che si baserà sull'importanza della fase di accettazione del cliente e degli strumenti di marketing a disposizione dei rivenditori.

La nuova agenda elettronica a disposizione dei Fintyre Club permetterà di prendere gli appuntamenti e gestire i rapporti con i clienti

E'stata anche mostrata la nuova agenda elettronica a disposizione dei Fintyre Club che permetterà loro di prendere gli appuntamenti con i propri clienti in modo efficiente e moderno iniziando, fin dal momento del primo contatto, a creare il proprio CRM.

Infine, è stata anche data un'anteprima dell'APP dei Fintyre Club PRO, che sarà live nel giro di poche settimane. Sarà uno strumento interessante che permetterà all'utente di avere una serie di benefici per la gestione della sua autovettura e un contatto immediato ed efficace col proprio gommista di fiducia. In sostanza un moderno strumento di comunicazione e fidelizzazione tra il gommista e il proprio cliente.

I Fintyre Club PRO saranno quindi pronti ad affrontare il mercato, ricchi di strumenti innovativi e differenzianti. Il personale Fintyre sarà di supporto nello sviluppo di tali strumenti mentre, dietro le quinte, già si lavora sulle nuove iniziative.

© riproduzione riservata
pubblicato il 10 / 04 / 2015