

Nuove opportunità per i gommisti ed i rivenditori del mercato automotive tra le proposte di Continental Italia. La nascita del network BestDrive ha cambiato la modalità di approccio alla rivendita, interagendo con essa in maniera più innovativa e strutturata; sintetica la promessa di fondo: supportare l'imprenditore nella gestione efficace ed efficiente del punto vendita.

C'è dunque l'imprenditore al centro dell'attenzione di BestDrive, l'ultima nata delle reti di franchising del Gruppo Continental, che in Italia conta già 16 Punti Vendita attivi nell'arco di pochi mesi dalla partenza del concept. Attenzione che si trasforma in affiancamento costante da parte dei professionisti di Conti Trade Italia (ndr, società del Gruppo Continental che governa la rete BestDrive) per tutti gli aspetti riguardanti la gestione strategica del Punto Vendita, la gestione dei costi d'impresa e le opportunità volte a migliorare la marginalità del Rivenditore.

"L'obiettivo del network BestDrive è quello di accompagnare l'imprenditore nel percorso di crescita professionale richiesto dal mondo Automotive in continua evoluzione: dall'attività artigianale tradizionale basata sulle competenze tecniche ad azienda strutturata per offrire prodotti e servizi al consumatore. Attraverso un piano di formazione articolato, un set di strumenti utili alla generazione del traffico sul Punto Vendita, un tool di controllo di gestione, e molto altro", spiega Dario De Vito, Business Developer Manager di Conti Trade Italia.

Questo nuovo approccio nasce da una considerazione di fondo: il consumatore ha cambiato comportamento. Il gommista oggi deve diventare non più solo il punto di riferimento per il cambio pneumatici, ma diventa una realtà presso la quale rivolgersi anche per altri servizi di manutenzione dell'auto. Il rivenditore quindi, per essere competitivo, deve essere aggiornato, capace di proporre soluzioni e servizi al consumatore. E per poterlo fare ha bisogno di una serie di strumenti concreti.

"Supportiamo gli imprenditori che vogliono investire sul proprio business e sentono l'esigenza di far cambiare passo alla propria attività, aprendosi a nuove forme di servizio, non limitandosi più ai soli pneumatici. Per questo abbiamo portato sul territorio un diverso modo di fare business, modulare ed strutturabile diversamente secondo le singole realtà, che pone l'imprenditore come fulcro dell'officina e il consumatore come obiettivo finale da conquistare.

Oggi è importante non solo proporre prodotti e servizi di qualità, ma farlo in maniera efficace, innovativa e coinvolgente. Che trasformi un'operazione di manutenzione in un'esperienza di acquisto per il consumatore." conclude De Vito.

Il Gruppo Continental sarà ad Autopromotec, con un corner dedicato al network di franchising BestDrive.

**Padiglione 20 - Stand A82**

- Per leggere questo e molti altri articoli sulle anteprime della fiera di Bologna sfoglia online o scarica in formato pdf lo speciale [\*\*"focus on Autopromtec Preview"\*\*](#)



© riproduzione riservata  
pubblicato il 22 / 05 / 2015