

Si è appena conclusa, nella splendida cornice di Gubbio, la convention dei Fintyre Club, il network che il Gruppo Fintyre ha creato nel 2010 per offrire agli specialisti del settore un progetto dedicato e innovativo volto a massimizzare le sinergie tra distribuzione e dettaglio.

Uno splendido fine settimana, dal 22 al 24 luglio, trascorso con gli affiliati dove si sono alternati incontri strategici e funzionali a momenti di relax.

 L'incontro è stato guidato da Alessandro Bruchi, condirettore generale per l'area commerciale e acquisti, con l'obiettivo di analizzare gli scenari macroeconomici e i trend di mercato, identificare i rischi e le nuove opportunità di sviluppo ed, infine, individuare insieme le possibilità di business e i percorsi di crescita in un settore sempre più competitivo.

Tra i tanti argomenti trattati, un focus particolare è stato riservato alla stagione Winter 2016 con la presentazione della campagna commerciale e l'analisi della crescente importanza che il B2C sta iniziando ad assumere anche nel settore dei pneumatici.

Questo ultimo tema, in particolare, ha evidenziato per il gommista la necessità di essere presente in modo intelligente ed attivo in questo canale di vendita sfruttando la geolocalizzazione on-line per massimizzare la visibilità ed influenzare l'acquisto del consumatore finale creando valore a 360°.

In quest'ottica Fintyre ha presentato due nuovi progetti che saranno sviluppati nel corso del 2016 per cogliere i cambiamenti del mercato con velocità e determinazione, caratteristiche che da sempre contraddistinguono il Gruppo.



© riproduzione riservata
pubblicato il 27 / 07 / 2016