Growing together non è solo il motto aziendale di BKT, è la sua filosofia ed è anche il tema centrale del terzo Marketing Meeting internazionale a cui hanno partecipato i responsabili marketing dei distributori e partner di BKT.

L'evento organizzato dal team europeo di BKT **si è svolto il 26 e il 27 gennaio scorsi**, presso il *Quality Hotel San Martino* di Garbagnate Monastero, in provincia di Lecco. Molte le attività nella due-giorni dedicata al marketing, alla promozione e alla comunicazione: incontri di condivisione dei risultati raggiunti, momenti di formazione e teambuilding, sessioni di aggiornamento in cui sono stati condivisi gli obiettivi e le strategie per un 2017 nel segno del *Growing together.*

"*Il nostro Marketing Meeting è un momento fondamentale*" **afferma Lucia Salmaso, AD di BKT Europe. "***È un'occasione unica per confrontarci vis-à-vis con i nostri partner distributori e condividere risultati, aspettative, proposte, obiettivi, direzioni. Insieme ragioniamo sulle strategie che riguardano il mercato globale per affrontare poi il 2017 con grinta e con la forza di un gruppo compatto e unito.*"

Terza edizione, dunque, per l'importante Marketing Meeting dove **la squadra europea di BKT ha incontrato – insieme ai team della sede indiana e della filiale in USA – i responsabili marketing delle aziende che distribuiscono i prodotti BKT, provenienti da 36 Paesi diversi e dai 5 continenti.**

Questo dato è un indice importante dell'internazionalità di BKT e ben rappresenta la sua capillare rete distributiva che raggiunge 130 Paesi di tutto il mondo.

Nel dettaglio BKT ha ospitato i responsabili marketing provenienti da Albania, Arabia Saudita, Belgio, Bosnia Erzegovina, Bulgaria, Croazia, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Ungheria, India, Iran, Italia, Kosovo, Kuwait, Lettonia, Macedonia, Marocco, Nuova Zelanda, Norvegia, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Qatar, Regno Unito, Romania, Russia, Serbia, Slovenia, Sudan, Svezia, Turchia, Uganda e USA.

Il Marketing Meeting si è confermato essenziale per un confronto diretto dell'azienda con i suoi partner in merito alle **strategie di comunicazione, alla partecipazione a fiere di settore, alla pianificazione di attività con la stampa, sui social media e molto altro ancora.**

© riproduzione riservata
pubblicato il 22 / 02 / 2017