Si è da poco conclusa la tournèe di meeting che Zuin SpA, distributore Michelin di Padova, ha organizzato in collaborazione con Michelin. Si è trattato di un tour itinerante, che si è svolto su otto differenti location, coinvolgendo circa 200 clienti del centro nord Italia. Agli incontri sono stati invitati clienti selezionati (circa 20-25 ragioni sociali per evento), con l'obiettivo di coinvolgere maggiormente i partecipanti e creare così una buona occasione di confronto.

"Abbiamo voluto incontrare i nostri clienti sul campo, così da inserirci noi nel loro contesto, conoscerli meglio e comprendere maggiormente i loro bisogni e le loro necessità. In questo scenario evolutivo cerchiamo di essere sempre più dinamici e di concentrare tutti i nostri investimenti nell'accompagnamento della crescita delle aziende che collaborano con noi", ha spiegato **Fiorenzo Zuin, titolare di Zuin SpA**.

"Sono molto soddisfatto del livello di partecipazione, soprattutto per il coinvolgimento dimostrato. Abbiamo ricevuto molte domande in un clima positivo e di confronto", ha aggiunto **Mirco Dalbosco, Resp FDV di Zuin.**

Il format degli incontri ha seguito la stessa linea in tutte le otto tappe: un incontro serale post lavoro, che subito è partito dagli elementi di confronto e condivisione, per concludersi in un lunch dinamico, che ha accompagnato momenti di scambio e convivialità.

"In occasione degli incontri, Michelin ha presentato la ricchissima nuova offerta invernale (Alpin 6, Pilot Alpin 5, Pilot Alpin 5 SUV, CrossClimate TL), che ha riscosso grande interesse e soddisfazione da parte dei partecipanti. Inoltre si è aperto un proficuo confronto sulle esigenze e aspettative del consumatore oggi, argomento molto caro ai retailer, in relazione ai cambiamenti che stiamo vivendo", ha spiegato Zuin.

Paolo Filippi, responsabile Key Account per Michelin, che ha preso parte all'animazione delle serate ha commentato: *"Partecipiamo con grande interesse ai momenti di incontro con i nostri clienti. Ritengo importante essere vicini, per trovare insieme il miglior modo di rispondere alle esigenze dei consumatori. In questo contesto si inseriscono anche i nuovi prodotti invernali che sono frutto della filosofia alla base della strategia di sviluppo di ogni pneumatico Michelin: sicurezza per chi guida, per tutta la vita dei pneumatici, fino al limite legale di usura di 1,6 mm".*

© riproduzione riservata
pubblicato il 24 / 09 / 2018