Fintyre anche quest'anno ha organizzato una convention per i propri partner Pneusmarket con l'obiettivo di condividere la visione del contesto di mercato e le linee strategiche del progetto di affiliazione. In un mercato in cui il digitale assume un ruolo sempre più rilevante Fintyre, ancora una volta, ha voluto sottolineare il proprio supporto nel percorso di digitalizzazione dei partner, considerandolo leva fondamentale per lo sviluppo del business e l'aumento del traffico nei punti di vendita.

Per questo motivo, durante l'annuale convention dedicata ai Pneusmarket Partner - tenutasi a Massa Marittima presso il Resort Pian Dei Mucini - Fintyre ha assegnato uno spazio significativo al tema della trasformazione digitale e agli impatti sui punti vendita, oltre che all'erogazione dei servizi. Digitale, peraltro, che è uno dei pilastri strategici della stessa Fintyre, per cui gli investimenti in tecnologia e innovazione della propria piattaforma sono linee-guida fondamentali. Gli obiettivi sono molteplici: da un lato, la società vuole permettere ai partner del proprio network di poter usufruire di strumenti e servizi fondamentali in ottica marketing, ma anche utili per snellire ed efficientare i processi. Dall'altro lato, invece, Fintyre vuole mettere i propri partner nelle condizioni di poter operare secondo una logica, che vede il cliente al centro del business, facilitandone la fruizione dei servizi e l'esperienza d'acquisto.

La convention è anche stata un'occasione per approfondire ulteriormente una sinergia e una collaborazione già solida e ben avviata. Fintyre, infatti, ha arricchito il lato esperienziale dell'evento con una degustazione in una location d'eccezione: Rocca di Frassinello, Cantina il cui progetto porta la firma di Renzo Piano.

© riproduzione riservata
pubblicato il 2 / 08 / 2019