

Si è conclusa lo scorso 10 gennaio la prima convention annuale di Tyre Retail, ragione sociale usata per riunire tutte le attività dei negozi Pneusmarket in seguito alla recente acquisizione da parte del Gruppo Fintyre.

Con oltre 40 punti vendita, Pneusmarket vuole affermarsi come fiore all'occhiello della strategia di business del Gruppo rivestendo un ruolo sempre più importante nel mercato retail. L'analisi dei risultati ottenuti nel corso del 2016, infatti, ha portato il top management del Gruppo Fintyre a puntare su Tyre Retail in qualità di leader indiscusso nei segmenti consumer e industriale.

Mauro Pessi, Nicola Melillo e Alessandro Bruchi, presenti all'evento, hanno aperto i lavori della convention illustrando in primo luogo le numerose novità organizzative e commerciali che saranno adottate per supportare la forza vendita.

In particolare, **si punterà a sviluppare il progetto di miglioramento della supply chain** con l'ampliamento del numero di magazzini a supporto dei punti vendita e l'ottimizzazione delle logiche Kanban (approvvigionamento dei prodotti in meno di 24 ore e riduzione degli stock).

Saranno, inoltre, **raddoppiati gli investimenti destinati al marketing e alla comunicazione** al fine di rafforzare la presenza capillare su tutto il territorio e intensificare le campagne di sell-out attraverso convenzioni e accordi locali che godono da anni di una forte partnership tra Fintyre e i principali fornitori.

Infine, il Gruppo si è impegnato a **sviluppare un importante piano di investimenti sui singoli punti vendita** con cospicui interventi in termini di immagine e formazione del personale.

Un aspetto, quest'ultimo, che rientra in una strategia più ampia del Gruppo Fintyre che punta ad ampliare il livello dei servizi offerti alla clientela: estensione degli orari di apertura, servizio dell'auto sostitutiva, tyre hotel e miglioramenti nell'assistenza esterna fornita con ben 13 nuovi mezzi dedicati.