Si è svolto con successo a Madesimo, dal 21 al 23 marzo, il Car Dealer Top Customer Winter 2016, l'incentive Continental rivolto professionisti delle migliori concessionarie d'Italia: 50 dealer –tra titolari d'azienda e manager- si sono ritrovati presso "Il Boscone Suite Hotel", per dar vita a tre giorni all'insegna di attività di Team Building, un adrenalinico tour effettuato con le motoslitte della scuola Team Adventure, meeting sulla condivisione di strategie e tecniche di vendita del pneumatico. Un appuntamento efficace per consolidare la forte relazione tra i partecipanti, sviluppata in anni di collaborazione con l'azienda e basata su competenza e forte valore umano.

Notevoli e molteplici gli spunti di riflessione con particolare focus sugli pneumatici: un business cui si affiancano le grandi opportunità offerte in fase di post vendita. Una sfida per tutto il settore, da cogliere senza esitazioni per continuare a crescere. Ed è stato proprio questo il tema che ha dato spunto alla tavola rotonda "*Sfide e prospettive per i dealer nel Post Vendita*", animata da Alessandro De Martino, Amministratore Delegato Continental Italia, Paolo Leoncini, Direttore Vendite Passenger Light Truck, Linda Spagnoli, Key Account & TTM Specialist Car Dealer e con la partecipazione speciale di Luca Montagner, Senior Advisor di Quintegia e Associate Director di ICDP (International Car Distribution Programme), il più importante network di ricerca europeo nell'ambito della distribuzione automobilistica. Il dibattito ha dato modo di approfondire la panoramica del mercato delle autovetture in Italia e delle opportunità derivanti dal canale dell'usato e web. In relazione al business degli pneumatici, è stata analizzata la situazione attuale del mercato notevolmente cambiato negli ultimi cinque anni: in questo senso ha inciso molto –e molto può ancora incidere- il ruolo da protagonista delle concessionarie.

Sono state infine condivise idee e tecniche gestionali per il post vendita e la fidelizzazione del cliente finale. Contestualmente l'azienda ha illustrato ai partecipanti la propria strategia sul canale Car Dealer, affrontando nel dettaglio formazione, strumenti di marketing, iniziative di comunicazione e soluzioni incentive. Ad arricchire la sessione in aula, la testimonianza del titolare della concessionaria Scarabel; Roberto Scarabel ha infatti condiviso le sue best practice riguardo la lunga partnership con Continental Italia. Non sono mancati approfondimenti tecnici sui prodotti protagonisti del 2016, primo fra tutti SportContact6, pneumatico di fascia UHP progettato per vetture sportive e supersportive ad alte prestazioni: già apprezzato da clienti, operatori e stampa specializzata, sarà sicuramente il pneumatico top seller dei prossimi mesi. Un prodotto performante e notevolmente sicuro: un tema, quello della sicurezza, davvero irrinunciabile per Continental. L'azienda, con il progetto Vision Zero, è attualmente impegnata a ridurre drasticamente il numero di incidenti stradali attraverso la progressiva introduzione di tecnologie e soluzioni –attive e passive- a supporto della guida e una ininterrotta azione di sensibilizzazione del

pubblico tramite campagne e iniziative educational.

Questi appuntamenti annuali fortemente promossi da Continental Italia si pongono l’obiettivo di favorire il confronto sul futuro del settore automotive, di supportare il business del dealer attraverso l’ottimizzazione dei processi e di guidare il concessionario in un percorso di consulenza e formazione tecnico/commerciale attraverso il programma europeo Continental Tyre Trade Management (TTM). Un ringraziamento a tutti i partecipanti per il loro impegno e dedizione.







