Franchising Service Company, società controllata del Gruppo Continental, rinnova la propria immagine corporate e presenta il suo nuovo marchio.

La società nasce nel 1996 con lo scopo di sviluppare le reti di franchising del gruppo, attraverso strumenti di supporto alla vendita e servizi professionali. Con l'obiettivo di gestire le molteplici esigenze del mercato e dare il corretto supporto ai Brand del Gruppo Continental commercializzati nelle diverse Reti di Franchising, la società sviluppa negli anni diverse reti, tra cui TAC (TopAutomotiveCenter), Pneus Expert e FSC Network. Le stesse rispecchiano aspettative specifiche di imprenditori differenti: in tutti i programmi di affiliazioni proposti e sostenuti Franchising Service Company si occupa in dettaglio di sviluppare contenuti di:

- Supporto alla Formazione rivolto all'innovazione tecnologica del mondo dello pneumatico: dai servizi, alle normative, alle argomentazioni di vendita
- Supporto alla costruzione del traffico attraverso attività promozionale, campagne ADV dedicate, accordi con le leasing company
- Supporto all'Immagine del punto vendita effettuata con l'allestimento punti vendita, attività di visibilità on/off line, progetti di comunicazione locale
- Supporto alla diversificazione del business implementata attraverso la proposta di accordi di collaborazione per la commercializzazione di prodotti alternativi e complementari al business pneumatici

Ad oggi i Rivenditori affiliati a Franchising Service Company sono circa 1.200. L'innovazione nei servizi per il settore Automotive passa attraverso aziende capaci di sostenere un business in evoluzione, creare opportunità di formazione per gli attori del mercato, approcciare consumatori sempre più informati ed esigenti. E' per questo che – a distanza di un ventennio dalla nascita e per poter rappresentare l'innovazione continua in cui si muove questo mercato- FSC ha deciso di rinnovare il proprio marchio.

"Un marchio visibile, in cui i Rivenditori Affiliati si possano identificare nel contesto attuale, si trasforma nell'affidabilità che lo stesso ha da sempre garantito a questo mercato" spiega Alessandro Cerutti, consigliere delegato di Franchising Service Company. "Il nuovo logo, più dinamico e fluido del precedente, rispecchia le esigenze del contesto attuale; non più slash di divisione ma intenzioni di moto, non più elementi singoli ma lettere fluide che confluiscono l'una nell'altra, a creare un corpo unico. Manteniamo il colore, forte ed identificativo, in cui i Rivenditori si riconoscono".

La leadership tecnologica di Continental, unita all'esperienza ventennale nel franchising del pneumatico, fanno di FSC il partner ideale per il professionista del pneumatico. Pensiero

strategico, affidabilità di sempre e creazione di valore, trovano sintesi in un nuovo logo: quello di Franchising Service Company.