

Dopo il lancio del nuovo network avvenuto ad Autopromotec 2015, Bridgestone South Region - Commercial Business Unit divisione Truck & Bus ha organizzato ad Atene il 1° meeting di lavoro Bridgestone Partner invitando tutti i membri del nuovo network provenienti da Italia, Romania e Bulgaria.

Circa 200 invitati, tra clienti e management Bridgestone, si sono dati appuntamento dal 2 al 5 Luglio per condividere le scelte strategiche ed iniziare a lavorare in partnership per un futuro sempre più di successo.

Durante il workshop, Bridgestone ha presentato i contenuti del programma del network, evidenziando ancora una volta l'importanza di soddisfare pienamente le esigenze del cliente finale (The Boss), soprattutto nell'attuale contesto di mercato che impone un aggiornamento degli attuali modelli di business.

Oggi la nuova strategia multimarchio, l'utilizzo combinato dei pneumatici Bridgestone e Bandag (nuovi e ricostruiti), gli innovativi sistemi di monitoraggio come il Toolbox ed il TPMS e l'approccio consulenziale del personale Bridgestone si uniscono al servizio professionale e di qualità fornito dal network Bridgestone Partner creando ancora più valore per le flotte di autorasporto.

L'obiettivo del network è abbassare il costo totale di possesso delle flotte e massimizzare tutti gli asset che mette a disposizione Bridgestone.

Bridgestone punta molto sul concetto di "partnership". Durante i workshop, i clienti hanno potuto condividere opinioni e interagire con il personale Bridgestone, affrontando temi di forte interesse: le future evoluzioni dei segmenti di mercato, il ricostruito, l'innovazione, le soluzioni di business, tutto ciò con l'obiettivo di soddisfare il cliente finale e creare le condizioni di un business profittevole per tutta la filiera.

Comunicato Stampa

"Dopo il lancio del network Bridgestone Partner ad Autopromotec, non poteva mancare un momento di incontro con tutti i nostri clienti Partner - afferma al termine dell'evento Andrea Marconcini, Director Commercial Products, Bridgestone Europe South Region - Sono molto soddisfatto dell'alta partecipazione sia dal punto di vista numerico sia per quanto riguarda l'interesse che ha suscitato il contenuto del nuovo programma. C'è unità di intenti tra Bridgestone ed i propri Partner ed il modo migliore di raccogliere le sfide che abbiamo di fronte a noi è la massima collaborazione tra produttore e rete ed il valore che insieme riusciamo ad offrire al cliente finale".

Confermando l'importanza di creare valore, Lorenzo Piccinotti, Marketing Manager Commercial Products, Bridgestone Europe South Region, aggiunge: "Il network Bridgestone Partner rappresenta un progetto molto importante nel nostro impianto strategico. A dimostrazione di questo, subito dopo aver presenziato ad Autopromotec con uno stand totalmente incentrato sui programmi Truck & Bus, abbiamo voluto investire nel workshop di Atene invitando tutti i membri del network, nessuno escluso. Il nostro piano a medio-lungo

termine prevede investimenti, nuovi tool, nuova organizzazione marketing per offrire una proposizione di valore che soddisfi pienamente sia la nostra rete sia il cliente finale".

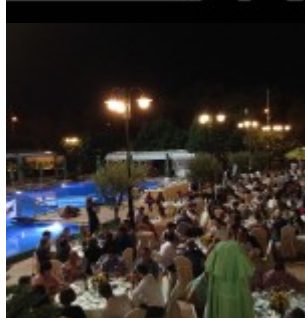
Non solo business ovviamente: dopo il workshop di lavoro c'è stato anche tempo per un team building che ha visto 8 team confrontarsi e gareggiare tra di loro in 10 divertenti prove di abilità.

Il giorno successivo, un po' di relax alla scoperta della bellezza di Egina, isola greca situata nel golfo Saronico. Prima del rientro a casa, non poteva mancare la visita al Partenone, culla della civiltà e della democrazia.



RIDG

PA



© riproduzione riservata

pubblicato il 3 / 08 / 2015