

Midas, la rete internazionale di officine che si occupano di manutenzione auto, era presente ad Autopromotec per parlare con gli operatori del settore interessati ad affiliarsi. In Europa sono ben 630 i centri Midas, mentre in Italia sono circa una settantina. I numeri parlano di una crescita interessante: tra il 2013 e il 2014 il fatturato è aumentato del 13,3%, con un +15% di clienti.

“Ci occupiamo ovviamente di tutto il service, dai freni al tagliando, dal clima ai pneumatici – ha affermato Iolanda Triches, responsabile comunicazione di Midas Italia. “L’azienda affianca continuamente l’officina, offrendo supporto e sostegno completo, in ogni momento. Prima dell’apertura, per esempio, aiutiamo l’affiliato nello studio del layout del locale, nella dotazione delle attrezzature, nell’analisi del bacino e nella realizzazione della campagna di lancio. Ovviamente seguiamo il franchisee anche nell’avvio dell’attività e nella sua gestione di tutti i giorni: in Italia ci sono 5 responsabili di zona che supportano i nostri 70 centri, fornendo un contatto diretto e immediato. Inoltre, uno dei cavalli di battaglia di Midas è la formazione continua: nel 2014 in Europa abbiamo offerto oltre 4800 ore di training.”



Iolanda Triches,
responsabile
comunicazione di Midas
Italia

Midas offre una linea di prodotti a marchio, come l’olio motore, i tergilavafari, le batterie e i pneumatici, distribuiti in esclusiva dalla rete. “Il pneumatico Midas Tenor è un prodotto che offre standard qualitativi molto alti, con una garanzia europea antiforatura e una per il chilometraggio. Per il momento abbiamo solamente la gamma autovettura, ma ci allargheremo alle due ruote. Il pneumatico, come gli altri prodotti a marchio, è fondamentale per la strategia di fidelizzazione del cliente. In questo modo il consumatore riconosce il brand, che diventa come un assistente personale, ricordandogli quando fare il tagliando, la revisione, l’inversione e il cambio dei pneumatici e molto altro.” Triches conclude: “Il futuro delle officine è il servizio a 360 gradi. Il cliente non è più disposto a recarsi da specialisti diversi per i diversi componenti della vettura, ma vuole un professionista in grado di occuparsi dell’auto a tutto tondo. La rete Midas è un’ottima opportunità per rispondere a questa esigenza, avvalendosi delle competenze e della formazione specializzata.”

- Per leggere questo e molti altri articoli sul dopo-fiera sfoglia online o scarica in formato pdf lo speciale [**"focus on Autopromtec Review"**](#)



© riproduzione riservata
pubblicato il 19 / 08 / 2015