

Anche quest'anno, Fintyre ha premiato i top clients iscritti al programma Fintyre Club Pro con un viaggio di dieci giorni negli Stati Uniti.

Da Los Angeles a Las Vegas, passando per Sedona, Monument Valley ed il Grand Canyon, gli oltre 30 clienti di questo network esclusivo hanno avuto la possibilità di rafforzare ulteriormente il legame con l'azienda ed il marchio Kumho partecipando a conferenze e incontri di approfondimento utili per la propria attività d'impresa.

Per rispondere con concretezza e innovazione alle esigenze dei propri clienti, Fintyre ha deciso di continuare l'attività di formazione in collaborazione con il Gruppo Bosh, un marchio storicamente coinvolto nell'automotive che sta investendo diverse risorse nelle nuove tecnologie.

Iniziata nel 2015 con un ciclo di corsi che affrontavano l'importanza dell'accettazione clienti e gli strumenti che l'online mette oggi a disposizione dei gommisti, la formazione di quest'anno supporterà i migliori clienti di Fintyre per offrire ancora una volta un'ampia scelta di servizi gestionali, strumenti di marketing e promozione a supporto del proprio business.

In particolare sarà sviluppato un progetto su misura per i gommisti che riguarderà le attività di promozione con un focus sui meccanismi che stanno dietro la comunicazione pubblicitaria a livello locale e la gestione del team lavorativo per saper cogliere ogni volta le nuove opportunità offerte dal mercato.



© riproduzione riservata
pubblicato il 22 / 04 / 2016