

“La formazione e l'aggiornamento sono molto importanti per poter svolgere l'attività di gommista in maniera professionale e redditizia”, dice Sergio Valletta, responsabile marketing di Gomma Service, azienda di distribuzione di pneumatici che opera in Puglia. Ed è proprio con questo obiettivo che il prossimo 8 giugno Gomma Service ha organizzato nel Salento un corso di formazione per i propri clienti dal titolo “L'utilizzo del Labeling e i vantaggi derivanti”. Il corso sarà tenuto da esperti di marketing e in particolare dal dott. Sandro Marzo, che spiegherà come si stanno orientando le abitudini dei consumatori in relazione al particolare momento economico.

“Durante il corso - spiega Valletta - verrà illustrato come il corretto utilizzo dell'etichetta potrà aiutarci nelle argomentazioni di vendita, consentendo ai gommisti di far crescere i margini. Inoltre spiegheremo ai nostri clienti come Gomma Service si prepara ad affrontare le nuove difficoltà del settore e si fa in due per essere più competitiva. Annusando infatti i venti di cambiamento che si scateneranno a breve sul mercato dei pneumatici, Gomma Service sceglie di seguire la strada della specializzazione.”

Le novità dell'azienda pugliese riguardano essenzialmente la divisione acquisti, che introdurrà nel portafoglio prodotti dei nuovi marchi e la divisione commerciale che avrà il compito di sviluppare le strategie distributive per i nuovi brand e di selezionare nel territorio Apulo-Lucano un maggior numero di gommisti interessati a condividere le scelte dei nuovi prodotti e le iniziative dell'azienda.

Valletta non ci anticipa quali saranno i nuovi marchi proposti al proprio network di gommisti, ma dice che “saranno marchi alternativi a quelli principali e su questi si imbastirà, con i gommisti interessati, un vero e proprio mercato esclusivo, per cogliere il vantaggio di ricarichi meno soggetti a scomodi confronti.”

Sergio Valletta sarà presente, come visitatore, ad Autopromotec, un'occasione che definisce “invitante sia per intavolare nuove trattative che per confrontarsi con i propri clienti.”

© riproduzione riservata  
pubblicato il 7 / 05 / 2013