



La prima delle “Cene con le stelle”, che Pneus In, distributore di Osio Sopra, in provincia di Bergamo, ha organizzato, in collaborazione con Michelin, si è svolta venerdì 27 luglio nel ristorante e relais Florian Maison, a San Paolo D’Argon (BG). A gustare i piatti dello chef Umberto De Martino, in compagnia di colleghi e fornitori, sono state 25 ragioni sociali, che Pneus In ha scelto per questa raffinata esperienza.



Sergio Maggioni, direttore commerciale di Pneus In

“L’obiettivo di questa iniziativa, che replicheremo anche a Milano e in Toscana, è quello di conoscere meglio i clienti, portando il rapporto fornitore-cliente su un piano più aulico, ricercato ed elegante”, ha spiegato **Sergio Maggioni, direttore commerciale di Pneus In.**

“La scelta di offrire una cena stellata è coerente con la nostra focalizzazione sulla qualità

del prodotto e del servizio, nelle gomme e nella vita”, ha aggiunto **Marco Giavazzi, socio contitolare di Pneus In**.

Dopo l’aperitivo in terrazza, la cena a base di pesce è proseguita ai tavoli sotto le stelle Michelin, ma anche sotto una luna rossa, che, con l’eclissi più lunga del secolo, ha aggiunto fascino e magia alla serata.

“Il mercato sta cambiando e nel prossimo futuro dobbiamo essere preparati a trasformazioni importanti”, ha affermato **Sergio Maggioni**, ringraziando i presenti. *“Non tutti i clienti sono uguali e quest’anno Pneus In ha fatto delle scelte coraggiose, offrendo tre cene stellate ai clienti “Associati” e particolarmente attenti alla marca Michelin”*.



“La segmentazione dei clienti è un elemento chiave nelle politiche commerciali e di marketing delle aziende: ha l’obiettivo di avvicinare ciascun gruppo di clienti con offerte differenti e attrattive, capaci di soddisfare le loro specifiche necessità”, ha confermato **Renato Paghera, direttore vendite Grandi Clienti di Michelin**. *“Nel nostro approccio al mercato, un ruolo chiave è svolto dai Redistributori partners, che -selezionati secondo criteri di performance molto esigenti e con un’attenzione prioritaria al servizio al cliente- sono al nostro fianco per rendere la migliore possibile l’esperienza d’acquisto Michelin di dealer e consumatori finali”*.

*“Il mercato cambia, i gommisti non saranno più tutti uguali, i grossisti non saranno più tutti uguali e nemmeno le Case saranno più tutte uguali. È il mercato che ci impone e suggerisce di fare delle scelte. E noi non mettiamo la testa sotto la sabbia. Noi facciamo le nostre scelte con coraggio e voi, - ha concluso **Maggioni** riferendosi alla sessantina di ospiti - siete il coraggio che abbiamo avuto l’onore di incontrare in questa prima fase, grazie alla collaborazione con Michelin”*.





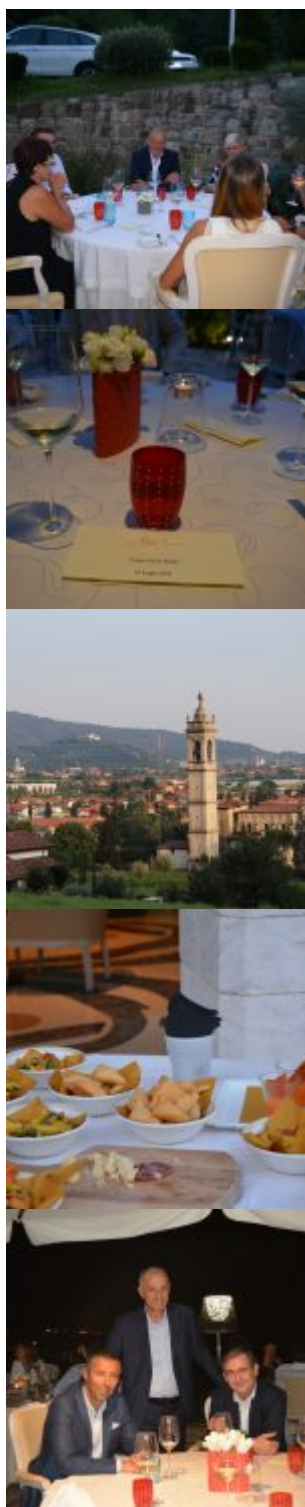
















© riproduzione riservata
pubblicato il 10 / 09 / 2018