

Si è da poco conclusa la tournèe di meeting che Zuin SpA, distributore Michelin di Padova, ha organizzato in collaborazione con Michelin. Si è trattato di un tour itinerante, che si è svolto su otto differenti location, coinvolgendo circa 200 clienti del centro nord Italia. Agli incontri sono stati invitati clienti selezionati (circa 20-25 ragioni sociali per evento), con l'obiettivo di coinvolgere maggiormente i partecipanti e creare così una buona occasione di confronto.

*“Abbiamo voluto incontrare i nostri clienti sul campo, così da inserirci noi nel loro contesto, conoscerli meglio e comprendere maggiormente i loro bisogni e le loro necessità. In questo scenario evolutivo cerchiamo di essere sempre più dinamici e di concentrare tutti i nostri investimenti nell'accompagnamento della crescita delle aziende che collaborano con noi”,* ha spiegato **Fiorenzo Zuin, titolare di Zuin SpA.**

*“Sono molto soddisfatto del livello di partecipazione, soprattutto per il coinvolgimento dimostrato. Abbiamo ricevuto molte domande in un clima positivo e di confronto”,* ha aggiunto **Mirco Dalbosco, Resp FDV di Zuin.**

Il format degli incontri ha seguito la stessa linea in tutte le otto tappe: un incontro serale post lavoro, che subito è partito dagli elementi di confronto e condivisione, per concludersi in un lunch dinamico, che ha accompagnato momenti di scambio e convivialità.

*“In occasione degli incontri, Michelin ha presentato la ricchissima nuova offerta invernale (Alpin 6, Pilot Alpin 5, Pilot Alpin 5 SUV, CrossClimate TL), che ha riscosso grande interesse e soddisfazione da parte dei partecipanti. Inoltre si è aperto un proficuo confronto sulle esigenze e aspettative del consumatore oggi, argomento molto caro ai retailer, in relazione ai cambiamenti che stiamo vivendo”,* ha spiegato Zuin.

**Paolo Filippi, responsabile Key Account per Michelin,** che ha preso parte all'animazione delle serate ha commentato: *“Partecipiamo con grande interesse ai momenti di incontro con i nostri clienti. Ritengo importante essere vicini, per trovare insieme il miglior modo di rispondere alle esigenze dei consumatori. In questo contesto si inseriscono anche i nuovi prodotti invernali che sono frutto della filosofia alla base della strategia di sviluppo di ogni pneumatico Michelin: sicurezza per chi guida, per tutta la vita dei pneumatici, fino al limite legale di usura di 1,6 mm”.*



© riproduzione riservata  
pubblicato il 24 / 09 / 2018