

Dal 15 al 22 settembre si è svolto a Rodi il meeting dei Falken Point italiani, a cui hanno partecipato circa 130 persone e 60 ragioni sociali. Il gruppo di distributori Energy Tyres ha guidato i migliori Falken Point che hanno aderito, in una settimana non solamente dedicata all'esplorazione di una bella località turistica, ma anche focalizzata al team building e ad informare i clienti sui programmi che Falken ha dal punto di vista del marketing per il network e anche sui nuovi prodotti, per sostenere ulteriormente il business dei Falken Point, network ufficiale Falken in Italia.

L'obiettivo di questi meeting è stato quello di unire l'utile con il dilettevole, informando e sviluppando il confronto grazie anche a tante attività di team building volte a valorizzare l'appartenenza al network e quindi mettere il gommista nella condizione di competere con un valore aggiunto sul mercato.

I Falken Point hanno partecipato a 2 meeting: il primo con la partecipazione di Nina Ahlman del marketing Falken Tyre Europe e Fabrizio Manfredi, sales support manager for Italy e Malta, che hanno illustrato tutte le iniziative di marketing che saranno messe in campo, anche quelle specifiche per il network. Oltre alla ormai consueta presenza sui campi di calcio italiani ed europei, ci sarà la pubblicità televisiva su canali di primo piano, attività dedicate come le giornate in pista a Barcellona e la possibilità di assistere alle partite di calcio di cui Falken è sponsor. Nel secondo meeting, con la presenza di Marcus Bogner (Ceo Falken Tyre Europe), Gareth Passmore (European Business Development Director) e Takacs Antal (sviluppo nuovi prodotti), sono state illustrate tutte le novità in arrivo

Energy Tyres si detta molto soddisfatta della partecipazione dei Falken Point al meeting e ha ringraziato per l'entusiasmo, la numerosa partecipazione agli eventi programmati e, soprattutto, per il positivo riscontro ottenuto.







© riproduzione riservata
pubblicato il 4 / 10 / 2018