

Lo scorso mese di febbraio è stato segnato da due appuntamenti importanti per Falcopneus: una giornata di formazione sui social network e una riunione tra gli associati e Michelin.

Al corso di formazione hanno partecipato una trentina di clienti, che hanno avuto la possibilità di vedere una panoramica dei canali social disponibili online e di focalizzare poi l'attenzione su Facebook, il social media più apprezzato e utilizzato in Italia. In particolare il corso aveva l'obiettivo di far comprendere alle aziende l'importanza di avere una pagina Facebook aziendale e di spiegare come fare pubblicità su questo canale, selezionando le caratteristiche (interessi, località, ecc.) delle persone che si desidera raggiungere con il messaggio.

“Il corso ha avuto molto successo, in quanto ha offerto ai nostri clienti uno strumento utile e pratico per promuovere la propria attività attraverso questi nuovi mezzi di comunicazione sempre più diffusi nella società moderna”, dice Giuseppe Marmo, titolare di Falcopneus.

✘ L'azienda di San Rufo, in provincia di Salerno, ha poi organizzato una riunione per far incontrare i suoi 50 associati e Michelin. “Nel corso di questo incontro, - ha spiegato Antonio Marmo - abbiamo spiegato la nuova politica dei prezzi e l'importanza di mettere al centro dell'attenzione del cliente i servizi offerti. Questi appuntamenti hanno rimarcato la collaborazione pluriennale tra la Casa francese e Falcopneus, cercando di sensibilizzare tutti gli operatori all'utilizzo dei social network come strumento di lavoro”.