

Si è conclusa con grande successo la prima parte del corso di formazione *“Migliorare la redditività del Master Point”*, che ha visto una grande partecipazione nelle cinque tappe realizzate nelle scorse settimane a Monza, Verona, Asti, Firenze e Bologna.

Il corso di formazione progettato da **Tagliabue Gomme** in collaborazione con Studio Anasco - agenzia che da oltre 40 anni propone programmi di formazione su vendite, marketing, controllo di gestione - ha coinvolto oltre **120 clienti** Master Point di tutta Italia, intervenuti attivamente su diverse esercitazioni con il metodo del “learning by doing”.

Il corso svolto rappresenta il primo capitolo di un **programma di formazione triennale** dedicato ai clienti aderenti alla rete.

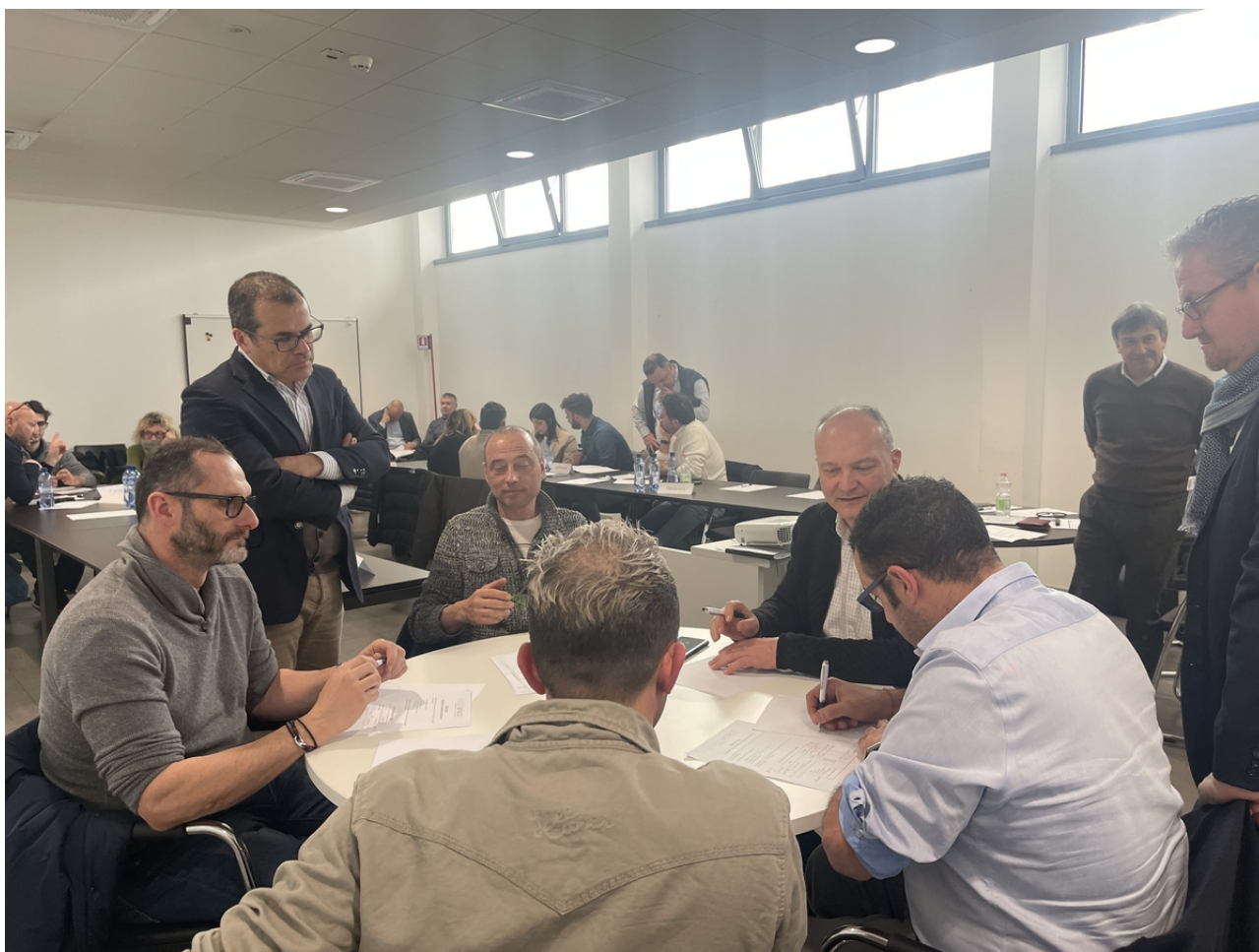
Il punto di partenza è stato un focus sul controllo di gestione dell’attività del punto vendita, per passare poi ad analisi dei costi, ottimizzazione della marginalità fino alla gestione del personale. Lo scopo principale della giornata formativa è stato quello di fornire ai clienti degli spunti utili al loro business. Dopo una prima parte teorica sviluppata, nel corso della mattinata, nel pomeriggio i partecipanti, suddivisi in gruppi, hanno svolto alcune esercitazioni pratiche basate su situazioni reali che possono verificarsi nel lavoro quotidiano di un’officina.

Questo corso di formazione ha rappresentato un’ulteriore occasione di crescita professionale grazie alla quale i clienti Master Point hanno potuto incontrarsi, per portare avanti un confronto sul proprio business condividendo spunti e idee per sviluppare al meglio la propria attività e discutere sulle nuove sfide che il mercato riserva.

“Il corso di formazione ha ottenuto un ottimo successo, consentendo ai partecipanti di diventare più consapevoli nella gestione dei costi e acquisendo nuove competenze, che possono essere applicate nel loro lavoro quotidiano”, afferma **Alessio Vanin**, marketing manager di Tagliabue Gomme. *“In questi primi mesi del 2023, la rete Master Point sta riconfermando il trend positivo del 2022. Infatti ad oggi sono **oltre 570 i punti di vendita che hanno aderito al network**, segnale che la meccanica e i vantaggi offerti, come il miglioramento dell’immagine del proprio punto vendita e lo sviluppo di nuovi business, sono leve che coinvolgono e fidelizzano i clienti”.*

Visto il grande successo di queste prime sessioni l’appuntamento è dunque fissato a **giugno** con altre date in nuove città per dare la possibilità a tutti i clienti del network di partecipare.



















© riproduzione riservata pubblicato il 4 / 04 / 2023