

CONVENTION



Sfruttando l'occasione del ponte del 2 giugno, Giadi Group ha riunito la propria rete G-service a Ostuni, in Puglia; un'occasione di incontro e approfondimento tecnico con i componentisti partner del gruppo.

RAFFAELLA TOSONI

Giusto il tempo di raccogliere le idee dopo il successo della presenza del gruppo Giadi ad Autopromotec di Bologna e si parte di nuovo. Il network G-service si riunisce per condividere e trasferire le novità del programma G-service a disposizione delle officine affiliate.

Questa volta non è bastata una sola struttura per contenere tutti, ma, dato il numero dei partecipanti (più di 800), l'organizzazione si è vista costretta a scegliere due strutture contigue. Con il ritmo di crescita

registrato nelle presenze a partire dall'ultimo anno, sarà difficile trovare anche per il futuro *location* sufficientemente capienti. Questi sono i graditi inconvenienti del successo di un gruppo in crescita.

UNA CONVENTION TRA SVAGO...

Come di consueto, Giadi ha preparato un programma molto articolato, dove a momenti di lavoro si alternavano momenti di svago e relax, complice una regione particolarmente invitante. Le giornate del *meeting* sono trascorse piacevolmente, arricchite dalle numerose gite organizzate nel cuore del Salento: da Ostuni con le sue abitazioni e vicoli tipici ad Alberobello con i suoi trulli, all'entroterra che ovunque offre ai turisti luoghi incantevoli e panorami unici e sapori della tavola inimitabili.

Sabato sera, a seguito del primo incontro componentisti officine, la prima serata di intrattenimento con



Un momento del workshop Giadi 2009.

CONVENTION

la partecipazione dei comici di Colorado Café e di Zelig. Una serata all'insegna del divertimento e del relax.

...E LAVORO

Questi quattro giorni di lavoro si è svolta in base a due momenti distinti: la sessione *workshop* e la riunione finale.

In particolare, per il *workshop*, i componentisti avevano preparato dei piccoli stand dove si sono svolti gli incontri dedicati alle officine: i produttori spiegavano nel dettaglio i propri prodotti, rispondendo alle domande su problematiche anche di carattere tecnico. Considerata l'affluenza agli stand, la sessione *workshop* è stata un successo, grazie al fatto che gli autoriparatori

hanno molto gradito la possibilità di avere un confronto diretto, spesso con incontri "a tu per tu".

Domenica, invece, si è svolta la serata *clou* dei quattro giorni con la *convention* conclusiva del gruppo Giadi.

Ugo Carini, presidente del gruppo, ha riassunto i numeri del successo di crescita registrato, mentre Alberto dello Iacono ha illustrato i nuovi programmi dedicati all'officina.

LE PRINCIPALI NOVITÀ DEL PROGRAMMA G-SERVICE

In alcuni casi si tratta di proposte nuove per l'officina G-service, in altri del consolidamento e dello sviluppo di quanto ha già dimostrato di essere utile per il lavoro dell'autoriparatore.

Per quanto riguarda la formazione



Alberto dello Iacono presenta al pubblico tutti i responsabili dei Giadi Trade presenti.



Alberto dello Iacono allo stand Dayco creato per l'occasione nel workshop Giadi 2009.

tecnica e l'aggiornamento, Giadi Group ha previsto 300 giornate di formazione tecnica all'anno, mentre per quanto concerne l'assistenza è operativo un *call-center* per tutte le officine della rete e sono a disposizione sul territorio 15 referenti regionali che curano i rapporti ricambista / officina. Inoltre, grazie alla collaborazione con Adiconsum, continua l'assistenza per la procedura tagliandi a norma di legge, progetto che a oggi coinvolge circa il 90% delle officine del network.

Per quanto riguarda il progetto Arval TRW, diventerà attivo in tutte le regioni a partire da questo mese attraverso il programma TRW Autoservice G-service e le norme

G-service oggi

- 850 autoriparatori
- 178 ricambisti affiliati
- 13 distributori
- 13 componentisti



di procedura TRW riconosciute da Arval.

Un forte investimento, a livello di gruppo, è stato fatto per la visibilità della rete G-service, ampliando i servizi di assistenza al cliente (auto di cortesia, iniziative legate al soccorso stradale, ecc.) e operazioni di marketing. In particolare, per quanto riguarda la promozione, ci si avvale di diversi strumenti: dalle campagne pubblicitarie su riviste specializzate, anche rivolte al pubblico, alla distribuzione regionale di *flyer*, ai poster per l'officina e alla cartellonistica per l'affissione pubblica in cui vengono evidenziate sia il network in generale, sia i servizi o le promozioni in atto (come per esempio la campagna di sostituzione filtri). A queste iniziative si aggiungono la partecipazione a fiere ed eventi e formule *incentive* rivolte a ricambisti e officine del gruppo.

Infine, è stato attivato il nuovo portale www.giadiservice.com, ancora più completo e ricco di informazioni e servizi. ■