



9 °C Milano

venerdì, novembre 23, 2018

Accedi

[HOME](#) [CRONACA](#) [POLITICA](#) [MONDO](#) [ECONOMIA](#) [TECNOLOGIA](#) [SPORT](#) [MOTORI](#)[SEZIONI](#)[Home](#) > [Motori](#) > "Premio per la comunicazione post vendita 2018", Ford batte tutti[Motori](#) [Prodotto](#) [Repubblica](#) [Repubblica - Motori](#) [Repubblica - Motori -> Prodotto](#)

"Premio per la comunicazione post vendita 2018", Ford batte tutti

23 novembre 2018



Il trofeo si assegna ogni anno alla casa automobilistica che si è distinta per la migliore strategia di marketing e comunicazione, dedicata ai clienti acquisiti

Non ci sono solo le auto da vendere – a tutti i costi – ma anche clienti da assistere dopo che hanno acquistato l'auto. Questo il senso del "Premio per la comunicazione post vendita 2018", assegnato ogni anno al Service Day 2018, l'evento B2B più importante del settore.

Stavolta a battere tutti è stata Ford Italia che con la sua strategia di marketing e comunicazione, dedicata all'area del post vendita, ha sbaragliato l'agguerrita concorrenza.

Ideato da **AsConAuto** (Associazione Consorzi Concessionari Auto), con la collaborazione e l'organizzazione di Quintegia, punto di riferimento per la filiera del settore automotive, il premio questa volta ha sottolineato l'impegno Ford attraverso servizi esclusivi e tecnologie innovative, alla base della "dematerializzazione" della visita in assistenza, per restituire valore al bene più prezioso, oggi, per il cliente: il tempo.

"Questo importante attestato premia la nostra visione a lungo termine e l'impegno che, ogni giorno, investiamo nel posizionare il Brand in territori i cui confini, definiti dalle esigenze e dalle aspettative dei nostri clienti, tendono a mutare continuamente e rapidamente", ha dichiarato Andrea Del Campo, Direttore Marketing, Service, Ford Italia. "Il prestigioso riconoscimento ci spinge a fare ancora di più, nello sviluppare nuove idee, in termini sia di contenuti sia di forma, e nel portare avanti progetti non convenzionali".

Ford Italia, inoltre, ha contribuito attivamente al programma, partecipando al panel "Migliorare il Service: esperienze. Nuove soluzioni di business applicate al post vendita", durante il quale ha illustrato il percorso "disruptive" intrapreso nel 2017, con l'obiettivo di trasformare il proprio modello di business, culminato con il lancio della

SEGUICI

 9,655 Fans [MI PIACE](#) 1,564 Follower [SEGUI](#) 8,263 Follower [SEGUI](#) 2,433 Follower [SEGUI](#)

POPOLARE

**Estate in città con Instax**
8 agosto 2018**Milano corre, lo spread si raffredda**
13 settembre 2018**Toninelli contro Tajani: "Sulla Tav si metta l'anima in pace, la..."**
10 agosto 2018**Linagliptin: il "CARMELINA" ha centrato l'endpoint primario**
9 agosto 2018[Carica altro](#)

RACCOMANDATA

**Ue dà ragione a Italia, danni da riso Birmania-Cambogia****Nuoto, Phelps e la vittoria più grande: "Ero depresso, ora aiuto..."**

Customer Promise "FordService. Libera il tuo tempo".

[Fonte articolo: [Repubblica](#)]

Post Views: 1

CONDIVIDI



Mi piace 0

Tweet

Articolo precedente

Al GLC 63 S 4Matic+ il record di suv più veloce del Nordschleife

Articoli correlati

Di più dello stesso autore



Attualità

Al GLC 63 S 4Matic+ il record di suv più veloce del Nordschleife



Attualità

I sedili dell'auto? Seat fa così

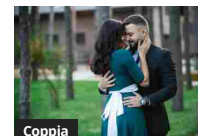


Repubblica

Tennis, finale Coppa Davis; la Croazia parte bene: Coric batte Chardy



Usa, 5 morti per l'uragano Florence



Il vero significato dei complimenti maschili



LASCIA UN COMMENTO

Commento:

Nome:*

Email:*

Sito Web:



Codice CAPTCHA *

Pubblica Commento

Questo sito usa Akismet per ridurre lo spam. [Scopri come i tuoi dati vengono elaborati.](#)