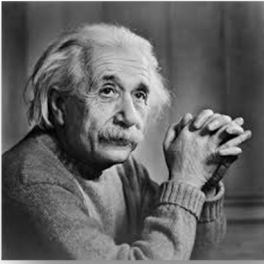




CertifiedFirst™

Il business vincente

LA CRISI: UNA NUOVA SFIDA AL CAMBIAMENTO



“Non pretendiamo che le cose cambino, se facciamo sempre la stessa cosa. La crisi è la migliore benedizione che può arrivare a persone e Paesi, perché la crisi porta progressi. La creatività nasce dalle difficoltà nello stesso modo che il giorno nasce dalla notte oscura. È dalla crisi che nasce l’inventiva, le scoperte e le grandi strategie. Chi supera la crisi supera se stesso senza essere superato. Chi attribuisce alla crisi i propri insuccessi e disagi, inibisce il proprio talento e ha più rispetto dei problemi che delle soluzioni.”

La vera crisi è la crisi dell’incompetenza. La convenienza delle persone e dei Paesi è di trovare soluzioni e vie d’uscita. [...]Terminiamo definitivamente con l’unica crisi che ci minaccia, cioè la tragedia di non voler lottare per superarla”. [A. Einstein, 1955]

Non pretendiamo che le cose cambino, se facciamo sempre la stessa cosa. Dicono che le crisi siano buone e servono a “fare pulizia”. Cinica visione. Sbagliata? Forse no. Lo confermano le aziende che hanno sempre investito su loro stesse credendo nella **forza del cambiamento**. Forse questa estate sotto l’ombrellone, sfogliando i quotidiani, abbiamo preteso che le cose cambiassero da sole o grazie a chissà quale intervento delle Istituzioni e che al nostro rientro, quindi, la situazione economica avrebbe dato segnali di ripresa. Tuttavia il nostro intento non è sicuramente quello di gettare benzina sul fuoco fomentando una condizione già abbastanza critica. Vogliamo solo condividere qualche riflessione, sempre affiancata da numeri, per affermare con forza che oggi come non mai il futuro di ogni azienda dipende dalla capacità di **cambiare rotta**. In un momento di difficoltà storica come quella che stiamo attraversando, l’imprenditore, in cui ogni singolo può rivedersi, è chiamato ad interrogarsi su quali strategie mettere in atto con le risorse a sua disposizione partendo innanzitutto da un nuovo atteggiamento mentale volto a vedere il bicchiere mezzo pieno e a **trovare l’opportunità** piuttosto che il problema.

La vera crisi è la crisi dell’incompetenza. Cosa fare dunque? Sicuramente non siamo provvisti di bacchetta magica per cambiare lo stato delle cose. Però possiamo valutare le potenzialità che l’attività cominciata quest’anno col Network CertifiedFirst™ può offrire a voi per affrontare la crisi. Crediamo, infatti, che gli **strumenti e le risorse** (anche umane) messe a disposizione possano portare ad una gestione aziendale che fronteggia la crisi con **maggior self-control**. Mi riferisco non solo alla formazione, ma anche alla consulenza tecnica, economico-finanziaria fatta in questi mesi. È necessario partire da noi per cambiare: analizzare i costi per ottimizzare la gestione e migliorare la redditività aziendale. Il punto di forza è dunque la sinergia che si sta creando con voi e che apre la strada ad un approccio di lavoro più scientifico, basato sui numeri. All’eccellenza del lavoro di riparazione è indispensabile oggi come non mai unire una conoscenza di dati che permetta al carrozziere di migliorare il suo profitto. I risultati, che mi trovo a commentare negli incontri, fanno emergere un’analisi del settore molto interessante dal punto di vista del danno medio, del profitto, dell’efficienza produttiva e della marginalità delle voci in fatturazione: manodopera, ricambi e materiali di consumo. Tutti dati non perfettamente noti alla maggior parte dei carrozzieri.

La convenienza delle persone e dei Paesi è di trovare soluzioni e vie d’uscita. “Ecco! Ci fanno i conti in tasca”, potrebbe essere la reazione di qualcuno. Pochi, per fortuna. Affatto! Con questo percorso di crescita non vogliamo fare i conti in tasca alla carrozzeria, bensì assicurarle un **biglietto da visita** da presentare non solo agli *influencers* (flotte, assicurazioni, case auto) ma anche agli utenti finali. La **Garanzia a Vita sul processo di verniciatura**, ad esempio e il materiale di comunicazione a supporto che presto le verrà fornito; la validazione di tal processo tramite il **certificato DEKRA**. Non solo: un format di **presentazione della carrozzeria** che ha l’obiettivo di offrire visibilità e far fronte alle eventuali richieste degli *influencers*. E non è finita qui: tante altre idee e programmi, che non svelerò subito, sono in cantiere.

Terminiamo definitivamente con l’unica crisi che ci minaccia, cioè la tragedia di non voler lottare per superarla. Nulla è più attuale di un pensiero di sessant’anni fa.

Diego Durante
Programs Specialist CertifiedFirst® & Platinum

IL MERCATO VISTO DAI PROGRAMS

Sappiamo tutti quanto sia importante in questo periodo porre la nostra attenzione sulla gestione economico - finanziaria della carrozzeria. Noi di PPG stiamo portando avanti con determinazione progetti che vanno in questa direzione, tuttavia sarebbe un grave errore trascurare l'aspetto più importante di una qualsiasi attività imprenditoriale, ovvero il CLIENTE e la sua SODDISFAZIONE.

In un mercato altamente competitivo, dove il cliente accede con facilità a tutte le informazioni di cui ha bisogno (servizi offerti, costi, tempi etc..), diventa fondamentale fidelizzare il cliente.

Una storica indagine di mercato sulla soddisfazione/insoddisfazione del cliente cita:

- ✓ il 96% dei Clienti insoddisfatti non reclama mai;
- ✓ il 90% o più dei Clienti insoddisfatti del servizio ricevuto non comprerà o non tornerà più;
- ✓ ogni Cliente insoddisfatto racconta la propria esperienza ad almeno altre 9 persone.
- ✓ Il 13% degli ex-Clienti insoddisfatti racconterà la propria esperienza a più di 20 persone.

Questa insoddisfazione da parte dei clienti si traduce ovviamente in un danno economico per la carrozzeria, perché i clienti perduti non verranno più -da noi (mancato incasso), altri potenziali clienti amici di quelli insoddisfatti non si rivolgeranno a noi, ed infine, per ricostruire il nostro nuovo portafoglio clienti, saremo costretti ad investire 5/6 volte di più che mantenere un cliente già fidelizzato.

Non dimentichiamo quanto sia importante la nostra squadra. I primi nostri clienti sono i collaboratori interni, anche la loro soddisfazione è importante. Quindi costruire un circolo virtuoso che passa dalla soddisfazione interna, e che si traduce in un atteggiamento positivo verso l'esterno è la chiave di successo per qualsiasi azienda che miri all'eccellenza. Quando un cliente è insoddisfatto non arrendiamoci: infatti, per ogni 10 Clienti insoddisfatti le cui lamentele sono state risolte in modo soddisfacente, 7 torneranno da noi. Quindi, diventa fondamentale il dialogo con il cliente specialmente dopo la prestazione per capire il suo grado di soddisfazione. Ma come fare per ottenere questo tipo di informazione così preziosa?

Non Vi preoccupate. Stiamo lavorando per voi.

Raffaele Nicotera
Programs Manager Italy

“Perché nonostante abbia una bella attività, basata sulla professionalità e la serietà, orientata alla soddisfazione del cliente, è così difficile farmi riconoscere questo maggior valore”? Quanti carrozzieri si sono posti questa domanda senza riuscire a darsi una valida risposta, pensando che forse tanta dedizione non viene ripagata dal Mercato. La domanda da porsi in realtà è un'altra: “quanto sono efficaci canali e strumenti di comunicazione che utilizzo per veicolare le mie offerte?” Spesso e volentieri le carrozzerie fanno un grande lavoro per dare valore e qualità alle loro strutture, non trasmettendo il medesimo valore nella comunicazione. Pertanto, cosa e come fare?

A tal proposito mi torna in mente un esempio, che secondo il mio punto di vista, può dare una risposta a tutti questi quesiti. Una carrozzeria visitata durante il mio lavoro per PPG, dalle indiscutibili qualità e dalla professionalità ineccepibile, si è sempre scontrata con una compagnia assicurativa con cui è convenzionata da molti anni per ottenere un aumento di tariffa di manodopera senza mai avere successo. Dopo aver deciso di effettuare un'analisi economico-produttiva, con il supporto di PPG, la carrozzeria in questione è venuta a conoscenza di una serie di dati tra cui: tempo medio di ciclo, danno medio, punto di pareggio e altri indicatori attraverso i quali ha riformulato all'assicurazione la sua richiesta di aumento di manodopera che, questa volta, è andata a buon fine. La morale qual è? Nonostante l'aumento ottenuto e l'impegno speso, l'aspetto più importante è che, sebbene gli interlocutori fossero sempre gli stessi e la richiesta medesima, il risultato è cambiato quando la stessa è stata supportata da dati oggettivi e numeri concreti che hanno dimostrato il valore della carrozzeria non solo a parole. Quindi, secondo il mio modesto suggerimento, è vero che raccogliere i dati per un'analisi è faticoso ed impegnativo; ma oggi, se vogliamo distinguerci, serve fare la differenza con *i fatti e con i numeri*.

Walter Villella
Business Solutions Manager

PILLOLE DAL MONDO DELL'AUTO



In agosto sono state immatricolate in Italia **53.191 autovetture** con un **calo dello 0,2%** rispetto all'agosto del 2013. In totale, da gennaio ad agosto, il saldo rimane comunque positivo attestandosi ad un **+3,5%**. Nella tabella, il dettaglio per marchio [fonte: Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti]

MARCHE	AGOSTO			GENNAIO - AGOSTO		
	2014	2013	VAR % 14/13	2014	2013	VAR% 14/13
ALFA ROMEO	922	1.056	-12,7%	19.641	22.323	-12,01%
AUDI	2.030	2.118	-4,1%	35.255	33.062	6,63%
BMW	1.543	1.718	-10,1%	28.808	28.461	1,22%
CHEVROLET	79	1.503	-94,7%	6.671	17.679	-62,27%
CHRYSLER/JEEP/DODGE	390	215	81,4%	5.429	3.882	39,8%
CITROEN	2.051	2.228	-7,9%	38.380	41.759	-8,1%
DACIA	1.858	1.521	22,1%	26.274	17.991	46%
FIAT	11.118	12.228	-9%	196.385	194.869	0,8%
FORD	3.781	3.438	9,9%	62.343	60.111	3,7%
HONDA	146	156	-6,4%	2.958	2.894	2,2%
HYUNDAI	1.717	2.000	-14,1%	27.723	27.035	2,5%
JAGUAR	41	30	36,6%	640	705	-9,2%
KIA	1.610	1.348	19,4%	21.712	20.827	4,2%
LANCIA	2.245	2.262	-0,75%	36.499	39.515	-7,6%
LAND ROVER	407	521	-21,8%	9.036	8.859	2%
MAZDA	150	161	-6,8%	3.572	3.140	13,7%
MERCEDES	1.445	1.663	-13,1%	31.532	30.889	2%
MINI	626	617	1,4%	11.773	11.306	4,13%
MITSUBISHI	171	169	1,1%	2.204	1.798	22,5%
NISSAN	1.983	1.875	5,7%	32.549	32.767	-0,6%
OPEL	3.053	2.697	13,2%	50.899	48.252	5,4%
PEUGEOT	2.793	2.343	19,2%	48.950	42.049	16,4%
PORSCHE	158	84	88,1%	2.725	1.773	53,6%
RENAULT	3.493	2.607	33,9%	55.104	44.037	25,1%
SEAT	596	379	57,2%	8.417	6.987	20,4%
SKODA	519	341	52,2%	8.839	7.176	23,1%
SMART	263	835	-68,5%	11.328	13.791	-17,8%
SSANGYONG	44	60	-26,6%	735	757	-2,9%
SUBARU	99	99	0%	1.601	2.109	-24,1%
SUZUKI	563	456	23,4%	10.574	8.664	22%
TOYOTA/LEXUS	1.856	1.925	-3,5%	40.107	36.026	11,3%
VOLKSWAGEN	4.719	3.936	19,9%	75.759	72.088	5%
VOLVO	598	591	1,1%	8.943	8.564	4,4%
TOTALE	53.191	53.295	-0,2%	925.393	893.954	3,5%

CONSUMI CARBURANTE – La domanda totale di carburanti (benzina+gasolio) nel mese di agosto 2014 ha subito un **decremento del 4,9%** rispetto al mese di agosto 2013. Nei primi otto mesi del 2014 la somma di carburanti (benzina+gasolio) evidenzia un **decremento del 2,3%** rispetto agli otto mesi del 2013. [fonte: Unione Petrolifera]

PARCO CIRCOLANTE - Riassumiamo nella tabella qui di seguito la consistenza del parco circolante in Italia al 31/12/2013 di alcune categorie di veicoli. Se venissero anche considerati i motocarri e quadricicli per trasporto merci, i motocicli, i rimorchi, i semirimorchi, gli autoveicoli speciali e i trattori (non riportati nella tabella), si avrebbe un totale stimato di parco circolante pari a **49.013.140**

REGIONE	AUTOVETTURE	AUTOBUS	AUTOCARRI PER TRASPORTO MERCI	RIMORCHI E SEMIRIMORCHI PER TRASPORTO MERCI
Abruzzo	846.668	3.231	101.456	6.999
Basilicata	355.948	1.717	44.129	3.351
Calabria	1.211.292	4.948	143.249	7.772
Campania	3.343.161	10.691	302.996	26.170
Emilia Romagna	2.740.598	6.204	336.482	21.449
Friuli Venezia Giulia	768.021	1.663	73.131	5.766
Lazio	3.740.282	12.118	351.370	15.928
Liguria	832.081	2.467	84.762	3.062
Lombardia	5.863.709	11.028	597.879	34.767
Marche	993.407	2.764	117.184	6.967
Molise	202.427	989	28.840	1.471
Piemonte	2.824.985	6.268	316.020	17.942
Puglia	2.249.319	6.796	217.224	14.672
Sardegna	1.004.731	3.264	123.785	10.559
Sicilia	3.138.552	7.555	327.502	20.562
Toscana	2.368.345	5.537	268.261	11.334
Trentino Alto Adige	746.883	2.338	86.910	7.201
Umbria	611.955	1.907	63.424	5.270
Valle D'Aosta	135.186	330	27.858	433
Veneto	2.967.989	6.671	323.183	27.029
TOTALE	36.962.934	98.551	3.938.026	249.065



SINISTRI - Aumenta nel 2013 il costo medio dei sinistri auto. Secondo i dati elaborati da Ania l'anno scorso il costo medio dei sinistri è stato pari a 4.597 euro (4.495 euro nel 2012), in aumento del 2,3%. In particolare **il costo medio dei sinistri con soli danni a cose passa da 1.899 euro a 1.908 euro nel 2013**, sostanzialmente stabile, mentre il costo medio dei sinistri con danni a persona (comprensivo anche della componente dei danni a cose dei sinistri misti) aumenta del 6,5%, arrivando a 15.766 euro (era 14.804 nel 2012). "Tale incremento potrebbe essere spiegato dalla diminuzione dei sinistri di lieve entità grazie all'introduzione dell'obbligo di accertamenti clinico-strumentali per le lesioni micropermanenti (i sinistri rimanenti sono mediamente di importo più elevato). Di conseguenza anche la percentuale del numero dei sinistri con danni fisici sul totale dei sinistri è stimata pari al 19,3% (in diminuzione dal 20,1% del 2012). [fonte:Facile.it]

TREND E CURIOSITÀ DAL MERCATO ASSICURATIVO



PREZZO MEDIO RC - Il prezzo medio della polizza Rc auto in Italia è di **630,51 euro**. Il dato è relativo ad agosto 2014. Rispetto a sei mesi fa il calo è dell'8,60% (689,87 euro), mentre rispetto a un anno fa la diminuzione è del 13,71% : ad agosto 2013, infatti, il prezzo medio era di 730,71 euro.

L'indagine, ha preso in esame tre profili "tipo", a cui corrispondono classe di merito ed età differenti. Per il primo profilo – relativo a un guidatore di 40 anni in prima classe di merito – l'assicurazione auto media ad agosto è stata di 329,55 euro, in diminuzione del 4,2% rispetto a tre mesi prima. Calo più accentuato per il secondo profilo, relativo a una donna di 35 anni in quarta classe di merito, che paga in media in Italia 359,37 euro, con una contrazione trimestrale dell'11,5%. Per un giovane neopatentato in quattordicesima classe, a cui corrisponde nel mese di agosto 2014 un premio medio di circa 1.420,67 euro, la diminuzione è solamente del 3,4% in tre mesi. [fonte: Facile.it]



ARCHIVIO ANTI FRODI - Truffare l'assicurazione simulando un sinistro presto non sarà più così facile. È in arrivo infatti un archivio informatico integrato contro le frodi assicurative. Il sistema fornirà le coordinate per individuare i sinistri sospetti, segnalandoli con una specie di bollino nero e mettendo in allerta le compagnie, per scovare gli eventuali incidenti simulati.

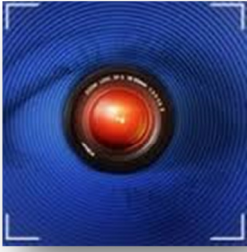
In un data base unico confluiranno i vari archivi sugli incidenti stradali, sui veicoli e sui dati dei conducenti. Il via libera all'archivio anti-frode è stato dato dal Garante per la Privacy con il provvedimento n. 378 del 24 luglio 2014.

Il data base sarà istituito presso l'Istituto per la vigilanza sulle assicurazioni private e di interesse collettivo (Ivass) e consentirà alle imprese di assicurazione di assegnare a ogni incidente stradale il suo livello di anomalia, per tutelarsi da truffe prima ancora di pagare l'indennizzo per la liquidazione. Ma l'archivio sarà anche un utile strumento al servizio dell'autorità giudiziaria e delle forze di polizia (per finalità antifrode). Esso permetterà controlli incrociati di elevata precisione, atti a ricostruire la dinamica del presunto sinistro, sulla base appunto dell'indice di sospetto fissato.

Fra le informazioni che confluiranno nello speciale archivio, quelle della banca dati dei sinistri, dell'anagrafe testimoni e dall'anagrafe danneggiati (già istituite presso l'Ivass), della banca dati dei contrassegni assicurativi, dell'archivio nazionale dei veicoli, dell'anagrafe nazionale degli abilitati alla guida e del Pubblico registro automobilistico (Pra), della banca dati contenente le informazioni relative al ruolo dei periti assicurativi. E, non ultime, le informazioni sull'installazione e attivazione delle «scatole nere» sui veicoli, raccolte a fini antifrode, un'altra arma fondamentale nella lotta ai finti sinistri.

Ma come funzionerà la comunicazione fra Istituto e compagnie assicurative? L'Ivass invierà alle assicurazioni un primo dato "di sintesi" sul livello di anomalia di un sinistro. Nel caso in cui il valore sia superiore a quello fissato per regolamento dall'Ivass, saranno quindi trasmessi anche gli indicatori analitici. A questo punto le compagnie trarranno le proprie conclusioni e si regoleranno di conseguenza nelle procedure di liquidazione degli indennizzi.

Il Garante per la Privacy ha posto alcune condizioni all'utilizzo dei dati a scopo anti-frode. Le informazioni potranno rimanere in archivio fino a cinque anni dopo la data di definizione del sinistro, dopo di che saranno riversati su un supporto informatico gestito dall'Ivass e usati esclusivamente a fini di comunicazione per esigenze di giustizia penale o a seguito di esercizio dei diritti degli interessati. Infine, passati altri cinque anni, saranno conservati in forma anonima e per scopi esclusivamente statistici. [fonte: *il professionistarisolve.it*]



ZTL, TUTOR E TELEPASS COME GRANDE FRATELLO - C'è già chi la chiama la "rivoluzione d'autunno" delle multe. O anche, aggiungendo una sfumatura più polemica, il Grande Fratello degli automobilisti. Perché se tutto andrà come vogliono e chiedono le forze di polizia, tra qualche settimana le **telecamere dei Tutor, dei varchi Ztl, del Telepass serviranno anche a scoprire e incastrare chi guida senza casco, o senza assicurazione, o con la revisione scaduta, o con un fanale rotto**. E non solo questo.

Il sistema di controllo "da remoto" è già una realtà in alcuni Paesi europei, per esempio in Germania. In Italia se ne parla da almeno tre anni, ne era stata annunciata l'entrata in funzione per il 15 febbraio scorso, poi la modifica della normativa inserita nel decreto "Destinazione Italia" è saltata. «Per un cambiamento così importante e invasivo, serve una legge», si disse. Nel frattempo i tecnici del ministero dell'Interno e dei Trasporti sono andati avanti, riuscendo a mettere a punto il cuore automatico del Grande Fratello degli automobilisti: il Centro nazionale accertamento delle infrazioni (Cnai) di Settebagni, alle porte di Roma. È in funzione già da 3 anni, finiscono lì tutte le segnalazioni degli autovelox per eccessi di velocità. Ora, grazie al collegamento con la banca dati della Motorizzazione, è pronto a controllare — in tempo reale — anche il resto. Manca solo l'ok del Parlamento. I partiti sono sostanzialmente d'accordo, tanto che l'emendamento — salvo imprevisti — sarà inserito nella legge di Stabilità o in sede di conversione del decreto "Sblocca Italia".

Dunque, tutto ruota attorno all'identificazione della targa. Quando un veicolo passa sotto uno dei 600 Telepass della rete autostradale, o sotto un Tutor (sono presenti in 320 impianti per un totale di 3mila km coperti) oppure supera il varco di una Ztl cittadina, il numero di targa finisce al Cnai. Il calcolatore incrocia le banche dati e verifica se ha l'assicurazione in regola, se la revisione è scaduta o no, se esistono sequestri o fermi giudiziari per cui non dovrebbe circolare. In caso positivo, viene stilato in automatico un verbale di multa e il giorno dopo può essere spedito a casa del trasgressore.

L'occhio del Grande Fratello stradale, però, si allungherà oltre. Le stesse telecamere saranno in grado, se e quando sarà approvata la modifica, di individuare chi va contromano, chi guida di notte a fanali spenti o rotti, chi circola in motorino senza casco o contromano. Con tanto di "prova fotografica" della violazione del Codice.

L'obiettivo principale della riforma del sistema di accertamento resta però il "popolo dei senza assicurazione". Secondo Ania, **in Italia girano circa 3,8 milioni di mezzi senza polizza o con contrassegno scaduto**. La sanzione minima prevista è di 841 euro più il sequestro del veicolo ma ai cittadini sarà concesso un periodo di tempo per mettersi in regola con la compagnia assicurativa. Quanto tempo? L'emendamento bocciato a gennaio prevedeva almeno 15 giorni. [fonte: *Repubblica motori*]



SMS 3.0: IL NUOVO MESSAGGIO INTERATTIVO

COSA È - SMS 3.0 è il nuovo servizio per gestire una campagna SMS più coinvolgente, interattiva ed efficace per raggiungere i tuoi Clienti. Con gli Sms 3.0 è possibile creare una campagna sms d'effetto inserendo nel testo uno breve link che indirizza a una pagina web creata autonomamente nella piattaforma di invio sms. Tutti i possessori di smartphone potranno visualizzare oltre che l'sms, anche foto, video, contatti e chiamare direttamente dalla pagina web.

Ecco le azioni che potrai scegliere di inserire:

- Chiamata telefonica
- Invio di SMS in risposta
- Invio email in risposta
- Visualizzazione di un tuo video
- Localizzazione geografica della tua attività (Google Maps)
- Testo informativa Privacy

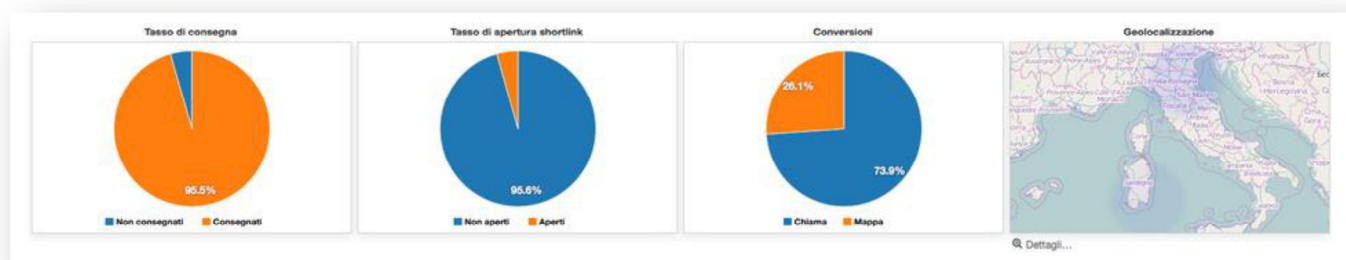
I tuoi messaggi saranno coinvolgenti e di sicuro impatto

Per promuovere la tua attività usa SMS 3.0: scrivi il tuo messaggio, inserisci le immagini, seleziona le azioni da proporre ai tuoi Clienti. Ad esempio, puoi invitarli a scoprire un nuovo prodotto o servizio, sfruttare le potenzialità delle mappe per portarli in negozio, o rendere visibile un video aziendale.

COME FUNZIONA – Bastano solo tre passaggi:

1. Scegli il tuo modello, carica le immagini e scrivi un breve testo;
2. Inserisci i comandi da rendere visibili sulla pagina: chiamata telefonica, invio sms di risposta, collegamenti a video, localizzazione su mappa, contatto mail;
3. Componi il testo del messaggio, seleziona dalla rubrica i destinatari e invia. Il destinatario riceverà un sms tradizionale con un breve collegamento per visualizzare la pagina.

Controlla le aperture, le statistiche e le azioni compiute dai clienti

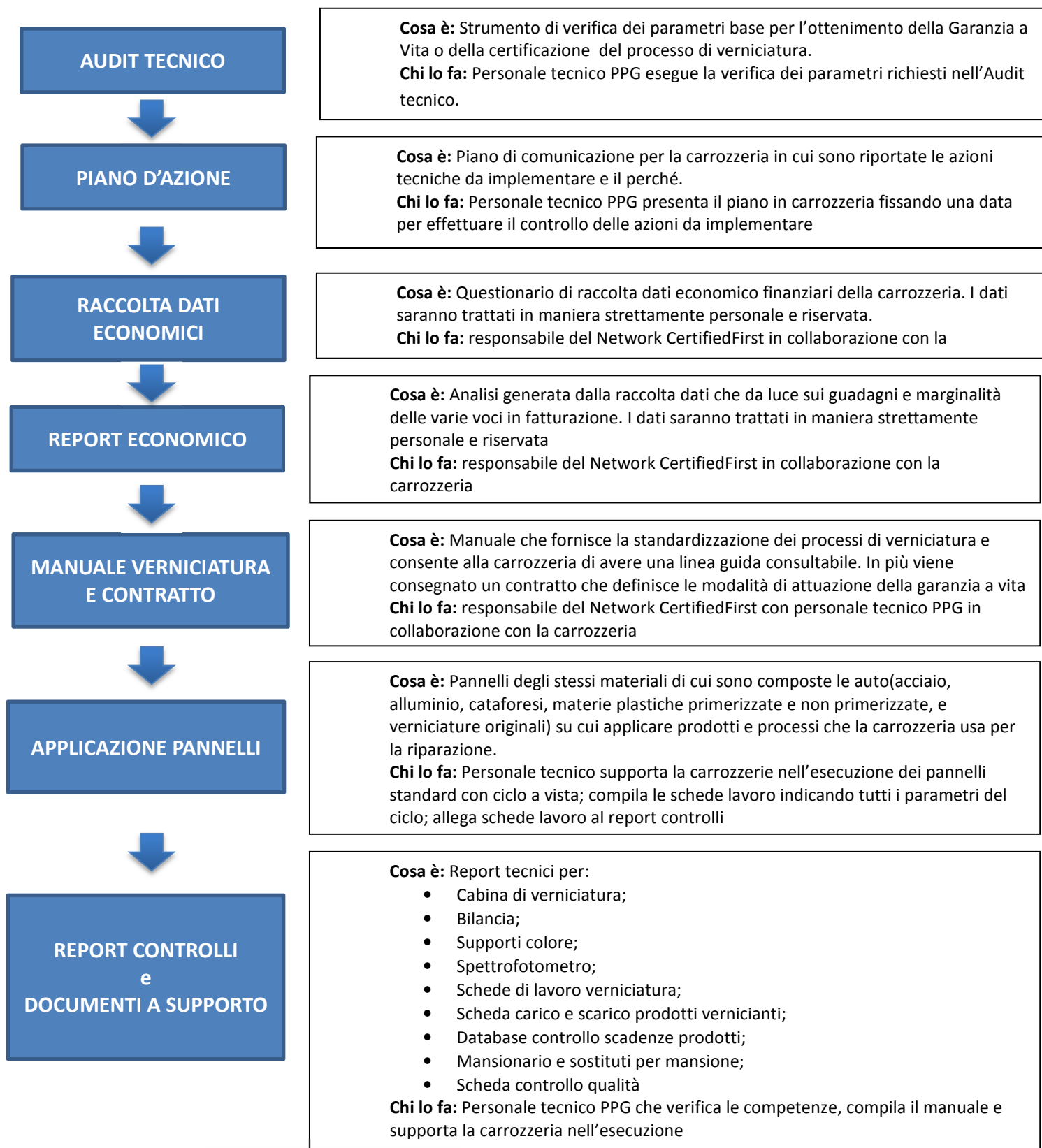


Per maggiori info, contattare il nostro partner :

Studiosmosna Adv - Via Tagliamento 6 Valeggio sul Mincio (VR) info@studiosmosnaadv.eu

GARANZIA A VITA SUL PROCESSO DI VERNICIATURA

Riassumiamo qui di seguito i passaggi che stiamo svolgendo e svolgeremo nelle carrozzerie del Network per arrivare all'ottenimento della Garanzia a Vita sul processo di verniciatura:



NOVITÀ 2014 - 2015



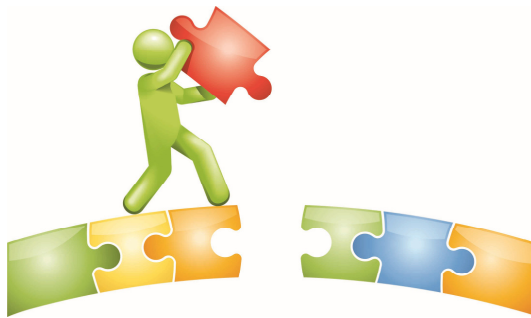
PRESENTAZIONI AZIENDALI - Allo scopo di offrire visibilità, dare uno standard uniforme e far fronte ad eventuali richieste di flotte, assicurazioni e case auto con le quali ci interfacciamo quotidianamente, abbiamo pensato di preparare ed impostare un standard di presentazione nella quale il carrozziere può aggiungere dati e immagini della propria carrozzeria. Una volta completata, dovrà essere rispedita a CFItalia@ppg.com

MERCHANDISING - Per tutti i soci del Network, è in arrivo entro il 2015 il nuovo kit merchandising CertifiedFirst che sarà distribuito in tutte le carrozzerie del Network. Qui di seguito qualche immagine in anteprima.

IN ARRIVO!!!



PROSSIMI APPUNTAMENTI



FORMAZIONE - Continuano gli appuntamenti formativi del Network. A seguito delle numerose richieste pervenute, riportiamo qui di seguito i corsi tecnici proposti nella seconda parte di quest'anno.



		
29-30 ottobre	6-7 ottobre	13-14 ottobre
10-11 novembre	22-23 ottobre	
3-4 dicembre		

Per questo corso, il termine ultimo di adesione è il **29 settembre**.



	 
17-18 settembre	17-18 novembre
15-16 ottobre	

Per questo corso, sono scaduti i termini di adesione.

I NOSTRI PARTNER



LA TUA OPINIONE È MOLTO IMPORTANTE PER NOI!

Questa newsletter nasce con l'intento di dare un ulteriore servizio di informazione ed aggiornamento alle carrozzerie appartenenti al Network CertifiedFirst®.

Per questo motivo sarebbe gradito ricevere la sua opinione a riguardo e sapere se, nelle prossime newsletter, vorreste trovare altre informazioni o ulteriori approfondimenti.

Per commenti o suggerimenti, inviare una e-mail a: durante@ppg.com