

Euromaster już 10 lat na polskim rynku! [ZDJĘCIA]

data aktualizacji: 2018.06.01



Firma Euromaster Polska, należąca do grupy Michelin, w 2018 roku obchodzi 10-lecie działalności marki na polskim rynku.

Z okazji jubileuszu Euromaster przygotował dla swoich klientów i franczyzobiorców wiele atrakcji. Rok rozpoczął się od Wielkiej Loterii Urodzinowej, w której do wygrania było aż 148 nagród, w tym vouchery na usługi serwisowe, vouchery na opony marki Michelin oraz nagroda główna – bon do biura podróży Itaka na wakacje marzeń. Akcja loteryjna zakończyła się 23.05.2018.

- Rok, w którym obchodzimy jubileusz 10-lecia marki na rynku jest bardzo ważny. Dlatego też przez cały ten czas będziemy mieli dla naszych franczyzobiorców i klientów wiele atrakcji i ciekawe promocje. Będziemy również podkreślać naszą przynależność do Grupy Michelin, co już widać na plakacie 10-lecia – mówi Kamila Kierzek-Mechło, Manager Działu Marketingu i Komunikacji Euromaster.

Coroczne spotkanie franczyzobiorców sieci Euromaster odbyło się w dniach 23-25.05.2018, w hotelu Marina Golf Club i w dużej mierze poświęcone było świętowaniu jubileuszu. Z okazji 10-lecia działania Euromaster w Polsce firma rozdała wiele nagród za całokształt współpracy i wsparcia poszczególnych działań. Franczyzobiorcy sieci zostali nagrodzeni m.in. za zakupy, aktywności marketingowe oraz za wkład w rozwój sieci.

- Statuetki przyznane podczas tegorocznego konwentu są szczególnie ważne, ponieważ podkreślają całokształt zaangażowania naszych franczyzobiorców. To uhonorowanie ich zaangażowania i wkładu w rozwój sieci Euromaster – mówi Mindaugas Kelpsa, Prezes Zarządu Euromaster, i dodaje – Za nami 10 lat pracy nad rozwojem sieci. Kolejne lata

będą mocno związane z rozwojem, dywersyfikacją usług i wzmocnieniem siły zakupowej sieci Euromaster.

Jednym z głównych punktów programu spotkania franczyzobiorców były Targi Dostawców, na których wystawiło się ponad 20 wiodących partnerów sieci, od międzynarodowych koncernów do polskich start-upów, m.in. Michelin, Total Polska, ZF Friedrichshafen AG, Varta, Legum oraz Bosch. Dla Franczyzobiorców była to szansa na bliższe poznanie partnerów biznesowych oraz na nawiązanie relacji handlowych. Ciekawym punktem programu była Gra Targowa, dzięki której franczyzobiorcy bardzo chętnie odwiedzali stoiska targowe.

Źródło: