

La Voce del Management di Dynamica Retail durante la Convention 2018 a Maranello

7 Dicembre 2018



Da sinistra: Alessio D'Arpa, Renato Giulio Amato, Fabrizio Tucci



Durante la convention 2018 di Dynamica Retail, che si è tenuta a Maranello, patria della Ferrari, sono stati presentati i nuovi progetti in cantiere, come il restyling del brand e del concept

comunicativo ed è stato fatto il consueto punto della situazione sugli obiettivi di produzione presenti, anche quest'anno raggiunti, e futuri.

Durante il consueto speech il management aziendale è intervenuto per parlare di tutti questi temi.

Renato Giulio Amato, presidente della Dynamica Retail e veterano della cessione del quinto ha esordito ringraziando la rete di agenti per la passione e gli sforzi profusi nel loro lavoro, grazie ai quali anche quest'anno è stato possibile raggiungere gli obiettivi prefissati. Il suo intervento è stato breve ma conciso: **“Il settore della Cessione del quinto, come tutto il mercato del credito al consumo, sta attraversando un periodo di grande trasformazione.** L'ingresso delle banche, la normativa sempre più stringente e le grandi opportunità offerte dal fintech sono solo alcuni di questi cambiamenti. Oggi un intermediario che desidera rimanere competitivo sul mercato e consolidare la sua posizione deve essere consapevole delle proprie radici ma anche essere in grado di interpretare e anticipare i cambiamenti in atto, in modo da poterne trarre vantaggio. La forza di Dynamica Retail sta proprio nel poter vantare un management dall'esperienza trentennale, che ha attraversato tutte le recenti fasi del mercato, ma anche di un a parte della Dirigenza più giovane, quindi attenta alle novità e in grado di cogliere tutte le opportunità offerte dalle recenti trasformazioni”.

Alessio D'Arpa, direttore generale, si è invece riservato l'onore di presentare in anteprima alla rete il nuovo concept creativo e il conseguente rebranding del marchio: *“Con questo refresh creativo si apre una nuova fase per Dynamica Retail. Durante questi anni ci siamo concentrati prevalentemente nello strutturare il business, creando un macchina ben oliata e rodata che potesse supportare in maniera efficace il lavoro della rete e rispondere tempestivamente alle esigenze dei clienti. Ora questa fase si è conclusa e, consolidati tutti gli aspetti operativi, possiamo concentrarci su altri temi, come la comunicazione diretta con i clienti, sempre finalizzata a sostenere lo sviluppo del business della nostra rete, il posizionamento nei principali canali web e la ricerca di nuovi paradigmi distributivi.”*

Ha concluso lo speech **Fabrizio Tucci, direttore commerciale di Dynamica, il quale ha volto sottolineare nuovamente che:** *“La rete è e rimarrà al centro dei nostri sforzi e dei nostri progetti. Il rebranding infatti interesserà anche l'allestimento di molte agenzie, alle quali vogliamo dare una nuova veste targata Dynamica. Questo è importante, perché permetterà di rafforzare l'identità del nostro marchio. Inoltre, sempre in un'ottica di sostegno ai nostri agenti, abbiamo pianificato entro breve un repricing, in modo da mettere a disposizione degli agenti Dynamica dei prodotti ancora più competitivi con i quali presentarsi sul mercato”.*