

E' nata la nuova iniziativa di BKT per comunicare con distributori, clienti, fornitori, media, dipendenti e "amici": la Newsletter enTire. L'obiettivo è entrare in relazione e creare un senso di identità, rivolgendosi ai clienti e ai diversi interlocutori come persone. Negli ultimi anni l'azienda indiana specializzata nell'Off Highway ha guadagnato popolarità e riconoscimento da parte del mercato, che ha dimostrato di apprezzarne i prodotti e lo stile. Il numero di clienti è in costante crescita, afferma l'azienda, e le vendite evidenziano un incremento costante a ritmi del 33% all'anno dal 2004, ricoprendo una quota di mercato degna di rilievo. La motivazione che ha spinto Balkrishna Ind. a realizzare il nuovo strumento d'informazione è dichiarata nel primo numero pubblicato: "Abbiamo sentito la necessità di parlare di questa evoluzione in tutti i suoi aspetti, abituando i nostri partner e clienti ad un rapporto sempre più stretto e profondo, cosa particolarmente utile quando siamo in fase di progettazione e realizzazione di prodotti che devono rispondere a esigenze reali del mercato". Nel tempo EnTire intende creare un senso di empatia e di dialogo, condividendo con i clienti tutte le informazioni utili ad illustrare gli sforzi che stanno dietro a ciascun particolare pneumatico.

La realizzazione del nuovo organo informativo di BKT è tutta italiana. La sede europea dell'azienda indiana si trova infatti a Seregno (MB), da dove viene coordinata e realizzata la politica di marketing, oltre che commerciale.

© riproduzione riservata
pubblicato il 10 / 05 / 2011