

Nexen Tire, azienda coreana che continua a registrare notevoli tassi di crescita anno su anno, punta ad entrare, nel 2017, nella hit parade dei primi 10 produttori di pneumatici al mondo. Importanti drivers di questo ambizioso obiettivo saranno la seconda fabbrica coreana, operativa da marzo 2012, e l'espansione in mercati chiave quali USA ed Europa. Proprio all'interno dell'UE, l'Italia è considerata uno dei paesi chiave dal punto di vista strategico. I pilastri su cui si basa la strategia europea di Nexen sono: il valore del marchio, la capacità di competere rafforzando le attività di marketing e la continua innovazione.

"In Italia, intendiamo ampliare la nostra quota di mercato grazie all'introduzione di nuovi prodotti ecosostenibili di alta qualità N'blue HD e N'blu Eco, una più diffusa conoscenza del nostro brand e garantendo la massima soddisfazione del cliente" sostiene Marco Giacomantonio, nuovo marketing manager Nexen Tire Italia. Giacomantonio vanta 15 anni di esperienza nel marketing di multinazionali operanti in differenti settori quali Bates, Bridgestone e FedEx Express.

"Un'accurata analisi del settore, un'efficace pianificazione e risorse umane d'alto profilo ci consentiranno di essere vicini alle esigenze del mercato e ai bisogni dei nostri clienti, per progredire costantemente e conseguire gli obiettivi strategici di medio-lungo periodo".

© riproduzione riservata
pubblicato il 9 / 11 / 2011