

“Il nostro focus principale è sempre stato sui Paesi dell’Europa occidentale, ma quest’anno abbiamo deciso di allargare gli orizzonti e vogliamo aumentare le nostre quote di mercato soprattutto nell’Europa del Sud e in particolare in Italia, Spagna e Francia”, afferma Wim van der Heiden direttore di De Klok Banden. Il distributore olandese dispone di un magazzino di 25.000mq a sud di Rotterdam ed ha un catalogo che copre tutti i segmenti del mercato vettura. I premium brand sono affiancati da una serie di marchi che De Klok Banden gestisce in esclusiva in determinati Paesi e che rappresentano il 70-75% del volume delle vendite totali. De Klok ha l’esclusiva di Nokian e GT Radial per il Benelux, di Nankang per Benelux e Germania, di Sonar in Germania, di Ovation in Benelux, Francia e Germania e di Accelera in Germania e Polonia. L’Italia rimane dunque esclusa dalla possibilità di acquisto di questi brand, ma De Klok ha creato anche un proprio marchio, Delfin, che è invece disponibile per tutti i mercati. “Il nostro private label Delfin, a differenza delle altre esclusive che sono territoriali, può essere distribuito in ogni mercato e in particolare in quelli, come l’Italia, dove non abbiamo l’esclusiva per nessun altro brand. Il marchio e gli stampi Delfin appartengono a De Klok. E’ stato un investimento importante, che abbiamo fatto 5 anni fa, e pensiamo che ne sia valsa la pena.”

Il marchio Delfin è già presente in Italia, ma van der Heiden ha intenzione di sviluppare ulteriormente la rete vendita, rivolgendosi direttamente ai rivenditori e traducendo in italiano il sito internet che funge anche da negozio online. “Le nostre vendite sono aumentate nel mercato italiano e lo riteniamo molto interessante, anche per le potenzialità che ci sono ancora sul segmento invernale, che sta crescendo molto velocemente. E’ un paese grande, dove possiamo fare ancora molto.”

La strategia di De Klok consiste non tanto nel trovare dei distributori nazionali o regionali, quanto piuttosto nel rivolgersi direttamente ai rivenditori, così come fa negli altri Paesi. “L’Italia però, da un punto di vista logistico, è più lontana per noi e più complessa”, spiega il direttore dell’azienda olandese. “Vogliamo arrivare ai dealer, ma naturalmente non possiamo organizzare spedizioni di solo 20 gomme, abbiamo la necessità di riempire il carico, per cui i nostri referenti ideali sono dealer un po’ più grandi, in grado di garantire dei volumi più importanti di prodotti sia Delfin che dei marchi primari.”

Per quanto riguarda Delfin, van der Heiden si dichiara molto soddisfatto della qualità e della gamma, che copre tutte le principali misure vettura sul mercato, consentendo all’azienda di completare il catalogo e presentarsi come un fornitore a tutto tondo, con prodotti premium e budget, dalle dimensioni più piccole alle più grandi, in grado di soddisfare le necessità di ogni rivenditore.

“Non ci vogliamo presentare come un’azienda di import/export di gomme, ma come

un'azienda che possiede un brand e vuole costruirlo sul mercato, con la collaborazione dei propri clienti. In Italia, come in genere nel Sud Europa, la conoscenza dell'inglese non è così diffusa, per cui prossimamente, oltre a rendere disponibile il nostro sito in italiano, pensiamo di dotarci anche della collaborazione di persone locali e madrelingua”.

Per quanto riguarda l'etichetta europea, van der Heiden lo ritiene un tema importante, soprattutto da un punto di vista commerciale, ma ravvisa un pericolo nel fatto che solo tre caratteristiche sono oggetto della classificazione, mentre quelle realmente determinanti sono almeno 20-30: “noi, con i nostri prodotti, vogliamo preservare la qualità, se poi c'è anche l'etichetta al top, tanto meglio”.

Il 2012 rappresenta dunque per De Klok Banden un anno interessante e sfidante, anche se, vista la situazione economica generale, van der Heiden sottolinea che “l'obiettivo è rimanere saldi nelle proprie posizioni, impegnandosi per consolidare la presenza e crescere nei mercati, come l'Italia, in cui stiamo già lavorando”.



*Lo stand di De Klok Banden a Reifen 2012*



PneusNews.it ha intervistato Wim van der Heiden, direttore di De Klok Banden



De Klok Banden vuole intensificare la propria presenza nel mercato italiano, come distributore dei principali brand, ma soprattutto con il marchio di proprietà Delfin

© riproduzione riservata

pubblicato il 12 / 07 / 2012

