

Fintyre, dopo un 2013 pieno di iniziative commerciali e reduce da un importante piano di riorganizzazione aziendale, si è tuffata nel nuovo anno con il consueto impegno e concretezza che Alessandro Bruchi, direttore commerciale, insieme al suo staff, cerca di trasmettere nelle politiche commerciali. In particolare, le politiche di Fintyre da sempre sono volte alla novità e alla tempestività sul mercato. Per questo, il leader italiano della distribuzione afferma di essere stato l'unico operatore ad essere partito, già dal 1° gennaio 2014, con tutti i nuovi listini e condizioni di vendita delle marche premium. Tale decisione è stata anche la naturale conseguenza del rapporto di partnership tra Fintyre e i principali produttori di pneumatici, oltre che del desiderio di rilasciare subito le corrette e aggiornate politiche commerciali. Non solo, Fintyre ha voluto in maniera trasparente dare la possibilità ai propri clienti di poter beneficiare immediatamente dello sgonfiamento dei listini.

Oltre a questo aspetto, il personale di vendita Fintyre è già da inizio anno in pista per promuovere presso i propri clienti i progetti di marketing legati ai propri marchi in esclusiva (Kumho, Lassa, Matador, Maxxis, Primewell) e quelli in triangolazione con Bridgestone, Continental, Goodyear e Pirelli. A tal proposito, Fintyre rinnova ancora una volta la partnership con i principali produttori europei, dimostrando quanto la sinergia che da questa può scaturire sia un importante elemento da cui il mercato può trarre giovamento.

Infatti, le progettualità che Fintyre mette a disposizione rappresentano un vantaggio importante per i clienti: in un mercato che sembra stabilizzarsi, ma che non lascia spazio ad eccessi di euforia, è fondamentale saper cogliere tutte le opportunità che vengono messe a disposizione per contrastare una diffusa tendenza alla standardizzazione delle proposte commerciali. Inoltre, si confermano e si rafforzano le partnership tra Fintyre e i propri marchi in esclusiva, sui quali l'azienda garantisce disponibilità di prodotto, consulenza e il servizio di garanzia del post-vendita.

Per citare alcune delle più significative iniziative, il marchio Kumho, che quest'anno Fintyre potrà commercializzare anche in Sardegna, farà parlare di sé attraverso numerose iniziative di marketing rivolte al gommista e all'utente finale, oltre all'implementazione della propria presenza nei primi equipaggiamenti europei.

Lassa, che sta aumentando notevolmente la propria visibilità attraverso importanti sponsorizzazioni calcistiche.

Di rilievo anche la collaborazione che Fintyre sta portando avanti con Maxxis, che, in base all'ultima classifica stilata da Pneusnews.it, si conferma essere 9° produttore mondiale di pneumatici, e che rafforza la propria partnership attraverso nuove relazioni con la sede Inglese del produttore e che, oltre ad un profondo rinnovamento della gamma, porterà novità per tutto il 2014.

E infine Primewell, brand del gruppo Giti Tire (11° produttore mondiale), con cui Fintyre rafforza la propria partnership proponendo un'ampia gamma di prodotti autovettura e autocarro e su cui l'azienda continua ad attendersi importanti successi commerciali.

© riproduzione riservata
pubblicato il 26 / 02 / 2014