Un nuovo network che avrà, in esclusiva, la distribuzione di un nuovo brand. Questa è la grande novità di Bridgestone per Autopromotec, che ha utilizzato il palcoscenico della fiera per presentare le novità dedicate ai pneumatici per veicoli commerciali.

“L’offerta autocarro dell’azienda sta puntando su due aspetti fondamentali: far percepire alla flotta che il pneumatico è un centro di costo importante, che ha grandi ripercussioni su diversi altri fattori come il costo del carburante, i fermi macchina, la manutenzione e altro ancora, e la novità che è stata presentata in fiera, il nuovo network Bridgestone Partner”, ha affermato Andrea Marconcini, Director Commercial Products – Bridgestone Europe South Region.

Total Tyre Care è il programma Bridgestone che ha come obiettivo quello di ridurre i costi di gestione delle flotte di autotrasporto in un’ottica “olistica”, offrendo una soluzione di business studiata per soddisfare le diverse e specifiche esigenze dei clienti.

Andrea Marconcini,
Director Commercial
Products –
Bridgestone Europe South
Region

Il secondo aspetto è quello del Bridgestone Partner, che si lega direttamente a Total Tyre Care. Di fronte all’evoluzione del mercato dell’autotrasporto, che affronta costi di gestione e una pressione fiscale sempre crescente, con margini sempre più bassi, l’azienda ha cercato di cambiare il proprio concetto di network, adattandolo alla domanda e alle necessità delle flotte.

“Siamo partiti dai nostri rivenditori Truck Point, operando una cernita e scegliendo quelli che sono veramente affidabili nel fornire un servizio alle flotte, in base ad analisi molto dettagliate durate oltre 6 mesi che hanno analizzato i punti vendita, i servizi offerti, la copertura e altri fattori. Il numero è calato, passando da circa 118 a 90, ma ad aumentare è la qualità, il valore e il servizio offerto. I nostri Partner fanno un salto di qualità: oggi il gommista deve poter offrire servizi, innovazione e competenza, deve essere un’azienda in grado di offrire soluzioni di gestione.”

In questo modo, Bridgestone supporterà direttamente i propri Partner in modo che questi offrano al mercato il concetto di Total Tyre Care, puntando sulla qualità e sul servizio al cliente finale. In quest’ottica di sostegno del rivenditore si trova anche il rinnovamento e

l'ampliamento costante della gamma prodotti dei brand Bridgestone e Firestone. Ma la novità più grande è l'arrivo della nuova gamma Dayton, dedicata al network: "In questo modo il nostro network potrà offrire una gamma di prodotti davvero completa: il top Bridgestone, il middle-range Firestone e l'economico, ma qualitativamente valido, Dayton, e infine il ricostruito. Dayton punterà alla parte bassa del mercato, ma potrà offrire la garanzia di qualità e affidabilità Bridgestone e sarà venduto in esclusiva dal nostro network. A settembre presenteremo misure, disegni e prezzi."

- Per leggere questo e molti altri articoli sul dopo-fiera sfoglia online o scarica in formato pdf lo speciale **"focus on Autopromtec Review"**

© riproduzione riservata
pubblicato il 9 / 07 / 2015