

Oltre 40 rivenditori specializzati di tutte le parti d'Italia hanno partecipato all'ultimo viaggio organizzato da Toyo Tire Italia.

La sussidiaria del produttore giapponese punta infatti a rafforzare il rapporto con i rivenditori specialisti che sono tradizionalmente al centro della sua attenzione, in quanto rappresentano il 95% del suo fatturato. Oltre a portare avanti con continuità una serie di iniziative per le attività dei propri concessionari a livello locale, con programmi di co-marketing volti ad accrescere la notorietà del marchio, Toyo Tire Italia organizza annualmente un Key Customers Meeting, con l'obiettivo di informare e formare la propria rete sui nuovi prodotti e sulle tendenze del mercato del ricambio.

Ultimi protagonisti in ordine di tempo di questo evento sono stati i rappresentanti delle 43 aziende, ospiti di Toyo Tires, che si sono recati presso la struttura Iberostar Cala Barca, sulla costa sud-orientale dell'isola di Maiorca. Nel corso del Key Customers Meeting sono stati presentati [il nuovo quattro stagioni Celsius](#), il nuovo invernale [Snowprox S954](#), e lo sportivissimo [Proxes R888R](#): tre nuovi pneumatici che stanno andando ad arricchire la gamma della marca giapponese disponibile sul mercato italiano.

✖ Quest'anno il meeting è stato di maggiore interesse per i partecipanti in quanto hanno avuto la possibilità di interagire direttamente con Kenta Kuribayashi, presidente della Toyo Tire Europa, che ha dato loro una visione sulle strategie future di Toyo Tire sia a livello europeo che mondiale.

Nelle pause dei lavori i partecipanti hanno avuto modo di visitare Palma di Maiorca, di compiere un'escursione su un catamarano loro riservato e godere delle caratteristiche calette dell'isola.

«Per me è stato molto importante partecipare al meeting organizzato da Toyo Tire Italia in quanto mi dato la possibilità di conoscere personalmente alcuni dei nostri più importanti clienti italiani» ha detto Kenta Kuribayashi, presidente di Toyo Tire Europa, intervenuto alla manifestazione. «Il "business model" di Toyo Tire Italia rappresenta un punto di riferimento che, come Toyo Tire Europa, cercheremo di implementare anche in altri mercati».

✖ «Questa iniziativa è diventata un appuntamento "fisso" per buona parte dei nostri clienti, a conferma dell'importanza del legame con i rivenditori specialisti che ogni giorno si impegnano a promuovere i prodotti Toyo Tires» ha commentato **Fabio Merli**, amministratore delegato di Toyo Tire Italia. «Nel contesto informale che offrono occasioni come queste abbiamo la possibilità di ascoltare e di recepire con maggiore attenzione tutte le richieste e le aspettative dei nostri partner. Non escludo che, qualora se ne verificassero

le condizioni, l'iniziativa possa essere ripetuta anche nei prossimi anni».





© riproduzione riservata
pubblicato il 22 / 07 / 2016