Il colosso cinese Triangle, 14° produttore mondiale di pneumatici nel 2015, procede la sua marcia verso l’Europa, ampliando la gamma dei prodotti vettura, autocarro e OTR, riammodernando e ingrandendo le proprie strutture produttive e investendo sulla comunicazione per far conoscere il marchio.

Tutti questi sono passi strategici che Triangle ha già avviato nel corso degli ultimi mesi e anni; l’impegno per il futuro si concentra adesso nel non perdere la concentrazione sullo sviluppo di nuovi prodotti sempre più adatti al mercato di destinazione e nel costruire una sempre più forte identità di brand.

In occasione di Reifen, Triangle ha infatti organizzato una serata, a cui hanno partecipato più di 50 clienti provenienti da 16 Paesi e alcuni rappresentanti della stampa di settore, per presentare le ultime novità di prodotto. Nella settimana di fiera, inoltre, i manager dell’azienda hanno avuto occasione di incontrare clienti attuali e potenziali, arrivati ad Essen da Regno Unito, Italia, Irlanda, Germania, Francia, Norvegia e altre regioni europee.

Nuovi prodotti PCR e TBR

A breve termine sul mercato saranno disponibili con una più ampia gamma di misure i pneumatici vettura Sportex e SUV H/T TR257. Seguono poi nuovi prodotti nel segmento invernale, con focus sulle strade e i climi europei e il rinnovo della linea HP in sostituzione del TR978.

Per autocarri e autobus, Triangle ha aggiunto misure ai seguenti prodotti: TRD06 Highway Drive, TRS02 Highway Steer, TRC03 Bus Highway All Position, TR663 Mixed Service All Position. Il TTR-D12 e il TTM-D21 sono invece in fase di rinnovo.

Le iniziative di marketing

Il produttore cinese negli ultimi due anni ha implementato, oltre ad un ufficio marketing dedicato a Shanghai, una serie di attività e prodotti a supporto delle vendite: dal materiale per il punto vendita ai social media, alla presenza nelle riviste di settore.

L’importanza del feedback del cliente nel segmento OTR in Europa

L’off-the-road è per Triangle un settore strategico, dove l’azienda opera dal 1976 e per cui ha sviluppato negli anni una serie di importanti collaborazioni di primo equipaggiamento, con aziende come Volvo Construction, Caterpillar, Case Construction e Hyundai.

In occasione di Reifen, lo scorso maggio, Triangle ha sottolineato quanto sia importante

tenere un canale di comunicazione aperto e attivo con i clienti in senso reciproco: l’azienda aggiorna i propri clienti sulle prestazioni dei prodotti, anche in confronto a quelli dei concorrenti, e loro, in cambio, informano il dipartimento tecnico sulle loro necessità o sugli eventuali problemi riscontrati.

Molto lavoro è già stato fatto e l’offerta di prodotti è già molto interessante, ma Triangle ha in serbo per il futuro nuovi modelli per la movimentazione nei porti, l’uso in cava e miniera e tutta una serie di pneumatici per gli escavatori, un mercato importante che l’azienda non vuole trascurare. Anche il segmento agricoltura verrà a breve sviluppato.

Insomma l’OTR è complessivamente motivo di orgoglio per Triangle: le vendite vanno bene, grazie anche alla significativa presenza nell’OE, tanto che, con un market share del 10% in molti Paesi, l’azienda si piazza al quarto posto tra i fornitori. I distributori stanno aumentando e l’offerta punta sullo straordinario costo orario per il consumatore finale.

© riproduzione riservata
pubblicato il 13 / 09 / 2016