

BKT, Balkrishna Industries Ltd, è il brand di punta del Gruppo indiano Siyaram Poddar, attivo attraverso una molteplicità di aziende che operano nei settori del tessile, dell'abbigliamento, chimico, degli imballaggi e dei pneumatici. Per quest'ultimo mercato, BKT produce un'ampia e sempre rinnovata gamma di pneumatici "off highway", progettati per equipaggiare le macchine utilizzate in agricoltura, nel movimento terra, nel settore industriale, ATV e giardinaggio. Il fatturato 2010 dell'intero Gruppo ha superato gli 800 milioni di dollari, mentre i volumi di produzione 2010/11 della sola BKT si attesteranno sui 450 milioni di dollari, con una crescita costante annua del 33% a partire dagli 82 milioni del 2004/05, fino al consuntivo di 310 milioni del 2009/10 (l'anno finanziario apre ad aprile e si chiude a marzo). La quota di mercato, attualmente stimata attorno al 4,5%, per il 95% rappresentata dalle esportazioni, è destinata comunque a crescere ancora negli intenti strategici e organizzativi della società indiana.

Il continuo incremento dei volumi è guidato da precise strategie che hanno come obiettivo finale la soddisfazione di tutte le motivazioni di acquisto dei clienti BKT, fidelizzati e potenziali: dalla qualità alle performance, dall'innovazione al rispetto dell'ambiente nei processi di produzione, fino alla relazione quotidiana, con l'obiettivo di comprendere sempre più in profondità i bisogni di chi è consapevole che la corretta scelta dei pneumatici permette il migliore equilibrio fra costi operativi e produttività. Questo successo ha le sue basi negli investimenti profusi da BKT in ricerca e sviluppo e nei nuovi complessi manifatturieri indiani (tutti certificati ISO:9001), che si traducono in una vasta gamma di soluzioni e prodotti all'avanguardia dal punto di vista qualitativo e in un incremento della capacità produttiva.

Il rapporto con la propria clientela, al di fuori del presidio del mercato asiatico, è garantito da una presenza territoriale altrettanto strategica che, tramite le due principali filiali negli Stati Uniti (Akron, Ohio) e in Europa (Seregno, Italia), raggiunge l'intero globo, supportata da un'organizzazione che ha punti di forza anche nella struttura logistica e nella rete distributiva. Un'efficace politica di marketing sostiene lo sviluppo di BKT in particolare sul territorio europeo che ha generato, tra l'altro, lo stimolo a riflettere sull'evoluzione del logo. L'approfondito lavoro di analisi del mercato e l'impegno profuso nella comunicazione a ogni livello, sono un'ulteriore testimonianza della determinazione con cui BKT intende mantenere una forte relazione con i suoi interlocutori: dal primo equipaggiamento, alla rete distributiva, dalla clientela finale ai media.

Per concretizzare ancora di più questo dialogo reciproco, BKT presenta oggi, oltre al nuovo logo e alle nuove misure dei suoi pneumatici del settore agricoltura, la newsletter EnTire: un accattivante strumento di informazione e collegamento che, ancora di più, permetterà di conoscere la complessa realtà evolutiva di BKT ed entrare in contatto con un'azienda

intenzionata ad esercitare la leadership di mercato.

© riproduzione riservata
pubblicato il 16 / 03 / 2011