

Point S nel 2012 ha utilizzato Reifen per annunciare la firma di accordi di partnership in Sud Africa, Slovenia e Canada, mentre all'evento di quest'anno presenterà nel dettaglio la sua strategia di consolidamento.

“Dopo diversi anni di rapida evoluzione e di successo e dopo aver triplicato le dimensioni del nostro network internazionale dal 2006, siamo ora in una fase di consolidamento delle nostre posizioni in ciascun mercato. In particolare in Europa miriamo a quota minima di mercato del 5% per quel che riguarda gli ultimi paesi che abbiamo lanciato e ad aumentare ulteriormente la nostra quota europea complessiva del 7% nel mercato del ricambio PCR e TBR che abbiamo raggiunto l'anno scorso. Tuttavia per ottimizzare la nostra copertura geografica in Europa stiamo progettando di reclutare 250 punti di vendita supplementari, nei prossimi anni, per completare il nostro network europeo esistente che oggi vanta 2.180 punti vendita. Questo obiettivo è realizzabile poiché Point S rappresenta la migliore alternativa per i rivenditori di pneumatici che intendono preservare la loro indipendenza come imprenditori ma al contempo intendono beneficiare del supporto di un gruppo internazionale che lavora solo per i benefici dei suoi membri, dal momento che nella maggior parte dei paesi i nostri membri sono anche i nostri azionisti. La nostra strategia di consolidamento è inoltre concentrata sul rafforzamento dell'immagine di vendita e della brand awareness del nostro marchio per supportare il sell-out dei nostri membri, oltre ovviamente alle condizioni di acquisto competitive” afferma Fabien Bouquet, vice amministratore delegato di Point S Development.

© riproduzione riservata
pubblicato il 26 / 05 / 2014