

Deldo era presente a Reifen con il proprio stand per mostrare le marche e i prodotti di cui è proprietaria. L'azienda si dichiara molto soddisfatta di come sta andando il mercato e Marco Lecleir, responsabile commerciale per l'Italia, afferma che "nel periodo invernale 2013 sono stati venduti il doppio dei pneumatici rispetto all'anno precedente, sia grazie ai prodotti che al dollaro basso. Inoltre, da poco abbiamo introdotto l'importazione diretta, ovvero i prodotti non passano più per la sede centrale ma arrivano direttamente ai clienti, con tutti i vantaggi del caso."

Lecleir vuole sottolineare anche i vantaggi offerti da Deldo: "Tutte le gomme fornite, le abbiamo anche in casa. Questo è un vantaggio enorme per i clienti, perché quando un ordine è finito dovrebbero aspettare almeno altri tre mesi per avere di nuovo i pneumatici, mentre in questo modo noi garantiamo al cliente una scorta."

Infine, risulta interessante l'esclusività che Deldo fornisce ai clienti sul marchio: l'azienda offre l'esclusiva sulla regione coperta dal distributore, se quest'ultimo ha numeri sufficienti. Questo è importante perché un'esclusiva sul marchio ha grandi vantaggi per i clienti. Inoltre "Deldo lascia completa autonomia al distributore, anche dal punto di vista delle strategie di marketing."

Lo stand esponeva anche l'ultimo successo di Deldo, ovvero Atlas, il brand che ha ottenuto ottimi risultati nei test Autobild. Lecleir sostiene che "Atlas sta facendo faville, ha grande successo anche in Italia. La qualità è da prima fascia, perché è stato fatto un grande investimento in ricerca e sviluppo. Inoltre, bisogna capire che le fabbriche cinesi sono cambiate, si sono evolute e ora sono a ottimi livelli. Abbiamo qui in esposizione anche una nuova marca, Tristar, con cui faremo lo stesso percorso di Atlas."

© riproduzione riservata
pubblicato il 10 / 06 / 2014