


Carlo Tagliabue non ha mai abbandonato il progetto della Tyre Revolution e, in questi giorni, lo sta realizzando a 6.000 chilometri di distanza, negli Emirati Arabi, dove si è trasferito alla fine del 2013, dopo aver ceduto le quote dell'azienda di famiglia Tagliabue Gomme Gross.

La rivoluzione, che Carlo Tagliabue vuole applicare alla vendita tradizionale dei pneumatici, si basa su internet e su un uso strategico dei social network, che permette di raggiungere in via diretta un numero esponenziale di contatti. A crederci e a sposare il progetto è stata la cinese Techking, che ha affidato la distribuzione negli Emirati Arabi dei suoi pneumatici alla società di Tagliabue, Butterfly Abu Dhabi LLC. Il 7 novembre 2014 i pneumatici Effiplus sono andati online per la prima volta e Techking è talmente soddisfatta della collaborazione da dichiarare di voler ulteriormente sviluppare questo business anche in altri Paesi.

Nel sito di Techking il progetto di Butterfly Abu Dhabi è stato pubblicato come vero e proprio "Case Study" e viene descritto come qualcosa di davvero innovativo su cui puntare per il futuro: "Il 7 novembre è una data da ricordare nella storia di Techking: il primo container Effiplus per le vendite online è arrivato ai nostri nuovi partner degli Emirati Arabi Uniti. Questo significa che il primo esempio reale di e-commerce di Effiplus è stato ufficialmente lanciato a Dubai".



Techking descrive il proprio partner, Carlo Tagliabue, come "proveniente da una lungimirante e storica azienda italiana attiva nella distribuzione di gomme" e gli attribuisce la geniale invenzione di "un nuovo modello di business per l'industria dei pneumatici, un modello B2B/C che combina la tradizionale distribuzione con i più sofisticati network online".

 Il modello di Tagliabue, infatti, rappresenta un mix tra B2B e B2C e unisce le potenzialità di internet con una presenza di agenti sul territorio, che guadagnano delle provvigioni anche sulle vendite online. In questa prima fase la collaborazione con Techking riguarda il brand Effiplus, ma a breve verrà inserito anche il marchio Luxan.

Con il tradizionale canale B2B, per vendere le gomme a officine, concessionarie, compagnie di taxi e agenzie di leasing, il grossista è costretto a passare attraverso i rivenditori di pneumatici, perdendo una parte del guadagno. Con il nuovo modello B2B/C, invece, officine, concessionarie, compagnie di taxi e agenzie di leasing possono acquistare le gomme direttamente dal sito del distributore. E questo non vale solo per le aziende, ma anche per i consumatori finali, che possono piazzare gli ordini online. Il risultato è un maggior profitto

per Tecking e per il distributore, visto che nella catena di distribuzione viene a saltare il passaggio del gommista.



Entrando nel sito di Effiplus UAE è possibile inoltre trovare numerose informazioni sui prodotti, sulle loro certificazioni e sulla storia delle due aziende coinvolte, ma è anche possibile richiedere il servizio di montaggio presso un'officina di terza parte.

“Con questo nuovo modello, siamo profondamente convinti di poter offrire ai nostri clienti prodotti con un ottimo rapporto qualità prezzo e servizi con un importante valore aggiunto. Per questo siamo disponibili a implementare altre piattaforme di e-commerce simili anche in altri paesi”, afferma Techking.

© riproduzione riservata  
pubblicato il 15 / 04 / 2015