Negli ultimi anni la distribuzione è cambiata moltissimo: abbiamo assistito a chiusure, nuove aperture, fusioni e molti altri movimenti del settore. Pneus Center è riuscita a mantenere le sue quote di mercato e a far crescere il fatturato, che tra il 2013 e il 2016 è salito del 30%, con i bilanci sempre in positivo. Per continuare questo percorso e per dare un seguito all'importante legame tra azienda e clienti, Pneus Center ha lanciato il network Pneus Partner, presentato da Arrigo Masserut, titolare dell'azienda.

"La nostra forza, a detta anche dei clienti affezionati, è stata rimanere una realtà familiare dinamica con la capacità di rispondere con immediatezza alle esigenze dei nostri clienti, al punto da essere ritenuti da molti non un semplice fornitore ma un partner della loro attività. Proprio per questo abbiamo creato il progetto Pneus Partner con l'obbiettivo di legare i nostri clienti ad un marchio di cui vorremmo si sentissero parte integrante. Quello che intendiamo creare nel medio termine è un gruppo di gommisti affiliati e affezionati che riceveranno dalla nostro network iniziative sell-in e sell-out a loro dedicate identificando i loro punti vendita in maniera soft tra di loro."

I partner potranno acquistare a condizioni migliorative sui marchi che intenderanno trattare e potranno ricevere premi come il viaggio premio aziendale. Il gruppo Goodyear è il produttore di punta dell'azienda, che distribuisce, oltre ai pneumatici del brand alato, anche quelli dei marchi Dunlop, Sava e Fulda. Pneus Center intende anche aumentare i clienti GDDealer nel corso dell'anno.

"Dal 2017, inoltre, siamo distributori ufficiali per la zona anche dei brand Toyo e Fortuna. Toyo fin da quando ci è stato presentato ci è sembrata una ottima opportunità, in quanto per il cliente rappresenta un marchio e un prodotto esclusivo di alta qualità, mentre Fortuna è un brand cinese con un ottime gamme Summer, All-season e Winter a basso costo, di cui abbiamo l'esclusiva per il nord ovest."

Il progetto comprenderà i marchi sopra citati, lasciando spazio ad altri brand come Michelin, Continental ed Hankook.

"Come obiettivo per il 2017 vogliamo aumentare la nostra presenza sul nord ovest, lavorando con la serietà e la familiarità che ci contraddistinguono da 36 anni: puntiamo quest'anno ad iniziare con 50 partner, per poi incrementare la nostra forza vendita sul nord-ovest nel 2018 e far arrivare il network a 100 affiliati nel 2018. Il progetto è stato accolto molto positivamente dalla nostra forza vendita alla riunione di inizio anno."

© riproduzione riservata
pubblicato il 23 / 01 / 2017