

Falken è un brand che sta crescendo molto negli ultimi anni, in tutti i sensi: dal numero di punti vendita ai risultati nei test di prodotto, dagli investimenti in comunicazione fino alla conoscenza tra i consumatori. Abbiamo incontrato Carlos Viñas, che da poco è stato nominato direttore commerciale per il Sud Europa, Italia compresa, per un'intervista, realizzata durante Autopromotec.

Come è andata la fiera?

Siamo contenti di Autopromotec: ci permette di incontrare nuovi e consolidati clienti, oltre a comprendere sempre meglio il mercato italiano e ad avere un confronto anche con gli stranieri presenti, che sono in aumento. Abbiamo parlato con persone provenienti dal Sudamerica, Asia, Africa, persino dall'Isola di Reunion. Inoltre, abbiamo potuto presentare i nostri prodotti più recenti, che sono andati estremamente bene nei test di prodotto e sono sempre più apprezzati dai clienti.

Come procede il lavoro di Falken in Italia e quali sono gli obiettivi per il futuro?

Energy Tyres ha svolto un lavoro eccezionale, davvero molto buono. Daniela Bolla è stata e sarà sempre fondamentale per il successo del progetto, mentre stanno arrivando nuove figure che ci aiuteranno a crescere ancora: Fabrizio Manfredi, con il ruolo di direttore vendite, sarà un'importante aggiunta al team. Puntiamo ad arrivare ad una quota di mercato del 4-5% entro il 2020.

Quali sono i prossimi passi per Falken?

Vogliamo investire ancora di più di oggi in 3 principali attività. La prima è la brand awareness, la conoscenza del marchio. Per fare questo ha un ruolo fondamentale la comunicazione e le attività sportive. Falken è presente nel motorsport, con la 24 ore del Ring e il drift, nel calcio, a livello paneuropeo, e nel Red Bull Air Championship, il campionato dedicato agli aerei acrobatici. Tutte queste attività stanno facendo conoscere il marchio Falken come un brand sportivo, dinamico, innovativo. La seconda attività è il primo equipaggiamento, che la casa madre sta sviluppando sempre più: importantissimi gli ultimi accordi con il gruppo Volkswagen, leader di vendite e di tecnologia a livello mondiale. Infine, fondamentali sono i nostri Falken Point, la rete di professionisti che oggi in Italia è arrivata a 450 negozi. Vogliamo far crescere il network, cercando di assecondare i professionisti nelle loro attività quotidiane.”

© riproduzione riservata
pubblicato il 12 / 07 / 2017