

Denso ha festeggiato i 20 anni dell'attuale Business Unit Aftermarket italiana, creata nel 2004 come divisione per il post-vendita della Denso Thermal Systems, azienda quest'ultima fondata solo tre anni prima.

Nel 2021, la Business Unit è stata integrata con Denso Europe Aftermarket, mantenendo la responsabilità del mercato del Sud Europa (Italia, Francia, Spagna e Portogallo).

L'investimento da parte di Denso nasceva, allora, essenzialmente per due motivazioni: da una parte, sfruttare nel post-vendita la forte espansione nel Primo Equipaggiamento in Europa, dall'altra fronteggiare una congiuntura economica complessa generata dalla crisi industriale del Costruttore italiano di veicoli.

Si trattava di una scelta che comportava un nuovo modo di affrontare un mercato, quello del post-vendita, profondamente diverso da quello del Primo Impianto, con logiche di gestione completamente differenti.

Si apriva così un nuovo capitolo di successo per la storia di Denso nell'aftermarket italiano, affrontata in questi venti anni con scelte coraggiose e investimenti mirati.

Lo scopo, raggiunto, era quello di portare l'azienda al livello dei competitor più blasonati, presenti già da anni, conquistando quote di mercato attraverso un portfolio prodotti competitivo e, soprattutto, facendosi riconoscere come un'organizzazione affidabile e dal forte know-how maturato nel Primo Impianto.



Il primo ingrediente del successo della divisione italiana di Denso Europe Aftermarket è stato, fin da subito, la creazione di una squadra di professionisti interamente dedicati al nuovo business dell'Aftermarket.

Successivamente, l'attenzione si è focalizzata sui prodotti da distribuire, di livello pari a quello del primo Impianto in termini di qualità e affidabilità; attenzione che ha portato all'inizio l'azienda a puntare in aftermarket su prodotti a forte specializzazione, realizzati negli stabilimenti di sua proprietà, quali quelli termici fabbricati negli impianti Denso Thermal Systems.

Tale decisione ha consentito all'azienda di crescere rapidamente, aprendo così poi una filiale a Parigi e una a Madrid, organizzate dall'Italia, e di gestire, dal 2013, tutto il portfolio di prodotti e servizi Denso, rappresentando da allora un unico interlocutore per la clientela.

Parallelamente, sono state concluse importanti acquisizioni, per esempio quella dell'italiana CTR, fortemente specializzata in prodotti di qualità per l'impianto climatizzazione, e della portoghese Joao de Deus, specializzata nel termico motore, un'azienda con oltre 100 anni di storia.

La sede italiana di Denso Europe Aftermarket è oggi una realtà dal portfolio consolidato che gestisce circa 20.000 codici: l'offerta disponibile è ampia e completa, copre la maggior parte dei

modelli di veicoli in circolazione ed è affidata per la distribuzione a un numero selezionato di interlocutori altamente specializzati, con cui ha instaurato solidi rapporti di partnership, offrendo non solo prodotti, ma anche servizi e programmi di formazione tecnica all'avanguardia.

Questa divisione è oggi una realtà con un'attenta strategia per il futuro che segue due percorsi distinti, ma complementari. Da un lato, infatti, intende continuare a puntare sui prodotti non coinvolti dalla transizione ecologica, ma necessari a un parco circolante che sta progressivamente invecchiando; dall'altro, l'azienda si trova anche nelle migliori condizioni possibili per monitorare e soddisfare le nuove tendenze della mobilità grazie a una Casa madre che ha iniziato a lavorare nel campo dell'elettrificazione già nel 1997.

Il suo consolidato know-how, la forte presenza nei mercati in maggiore crescita e il DNA fortemente innovativo costituiscono tutti elementi in grado di dare una forte spinta anche in futuro all'aftermarket, dando a Denso Aftermarket un deciso vantaggio competitivo nei mercati in cui opera.

© riproduzione riservata pubblicato il 25 / 11 / 2024