

Per Continental VDO la trasformazione è culturale, perché si passa da vendere un prodotto, il pneumatico, a fornire alle flotte dell'autotrasporto delle vere e proprie soluzioni, dei pacchetti di servizi confezionati su misura per il cliente.

Lo stand del produttore tedesco a Transpotec Logitec, andata in scena lo scorso maggio, era, come sempre, impattante, completo e funzionale, ma ad arricchire l'esperienza dei visitatori, c'era un truck allestito nell'area esterna, dove il cliente veniva guidato attraverso un'esperienza interattiva per conoscere la gamma, i servizi digitali, la ricostruzione e tutti i vantaggi che si possono avere, anche in termini di riduzione dei costi, affidando la gestione dei pneumatici a un fornitore professionale e completo.



In fiera a Transpotec Logitec abbiamo incontrato, per la prima volta, il [market manager di Continental Tire per l'Italia, Renzo Gonzalez](#), un manager con una carriera internazionale, maturata per 18 anni in Continental e, da soli cinque mesi in Italia. *“E’ la mia prima esperienza a Transpotec - ci ha detto Gonzalez - e ho girato la fiera per capire le dinamiche di questo mercato, ma anche cosa offriamo noi e come lo comunichiamo al settore dell’autotrasporto”*.

*“Le flotte sono un business significativo per noi di VDO e Continental - continua il manager - ed è fondamentale sapere cosa è importante per il nostro cliente, in termini di sicurezza, innovazione, sostenibilità, soluzioni digitali e tutto ciò che ruota attorno ai costi di gestione*

*del mezzo”.*

L'offerta di Continental e VDO è decisamente ricca e completa, ma quello che secondo il responsabile per il mercato italiano è, in questo momento, cruciale è riuscire a spiegarla al cliente finale, perché - dice Gonzalez - “il modo in cui vendiamo e comunichiamo oggi è completamente diverso da come facevamo nel passato, quando sostanzialmente si vendeva un pneumatico con, eventualmente, dei servizi”.

*“In fiera abbiamo presentato il nostro truck allestito, che è davvero uno strumento fantastico”, ha aggiunto il manager. “Credo sia determinante per noi sapere come utilizzare questo strumento, che è una sorta di workshop itinerante, che ci consente di comunicare in maniera estremamente efficace con i clienti”.*

Per quanto riguarda il suo arrivo nella filiale italiana, Gonzalez si definisce *“molto fortunato”*, perché ha trovato *“un team solido”*, grazie all'ottimo lavoro fatto dal suo predecessore Alessandro De Martino. Gonzalez è nato in Perù da una famiglia con origini spagnole e, in parte, italiane. Ha lasciato il suo Paese 23 anni fa e, da allora, ha vissuto e lavorato in sette Paesi diversi. Quella con Continental, per il responsabile del mercato italiano, è *“una grande avventura, nel corso della quale ha avuto l'opportunità di conoscere molti mercati e molte aree aziendali, ma anche di assistere a cambiamenti importanti di questo settore.”*

*“Sono in Italia da poco tempo, per cui sto cercando di capire le dinamiche e conoscere i clienti, in particolare le flotte, per comprendere di cosa hanno davvero bisogno”, ha concluso Gonzalez. “Del resto, in un mercato che cambia continuamente, non è facile nemmeno per i nostri clienti capire esattamente cosa i fornitori sono in grado offrire. Ecco perché la nostra sfida è comunicare in maniera efficace e capillare per essere certi che i clienti abbiano la possibilità di comprendere il valore della nostra offerta per la gestione efficiente della flotta.”*





