

Liqui Moly trasforma radicalmente la sua distribuzione in Italia. Dall'inizio dell'anno lo specialista tedesco di oli e additivi commercia direttamente i suoi prodotti. Per questo motivo è stata fondata la Liqui Moly Italia srl con sede a Milano. "In tal modo serviremo il mercato italiano ancora meglio di prima", afferma Salvatore Coniglio, direttore export di Liqui Moly.

Questo significa anche per Liqui Moly un cambio di direzione. Di solito l'azienda commercializza la sua gamma tramite importatori e distributori indipendenti. Società affiliate proprie sono solo presenti negli USA, in Portogallo e in Sudafrica. A questi tre paesi ora si aggiunge l'Italia. "Questo indica il grande potenziale che vediamo in questo mercato", dice Salvatore Coniglio. Liqui Moly **prevede di raddoppiare il suo fatturato** in Italia nei prossimi anni.

Finora Liqui Moly aveva collaborato con un importatore. "Nel corso di molti anni Liqui Moly è diventata una marca conosciuta soprattutto per gli additivi. Insieme siamo cresciuti lentamente, ma in modo costante", afferma Salvatore Coniglio. "Ma ora era tempo di fare il passo successivo, che, grazie alle nostre risorse, ci riesce più facilmente rispetto al nostro importatore". La fase successiva significa notevoli investimenti nel mercato per continuare a crescere. Questa inizia con il proprio magazzino completo che aumenta la disponibilità delle merci e riduce i tempi di fornitura.

A questo si collega un chiaro ampliamento della gamma di prodotti. "Abbiamo circa 4000 prodotti chimici per automobili. Vogliamo che i clienti locali possano approfittare ancora di più di questa vasta scelta", afferma Salvatore Coniglio. Inoltre ora vengono presi di mira anche settori al di fuori dell'ambito automotive. L'azienda vede grandi possibilità soprattutto nel settore delle motociclette e dei veicoli commerciali. Si prevede inoltre di ampliare la cerchia dei clienti. "Siamo fornitori preferiti di tutte le principali cooperazioni internazionali di acquisto", afferma Salvatore Coniglio. "Ora è nostra intenzione affrontare a tutto gas i rispettivi soci italiani"

"Vogliamo che i clienti italiani ricevano un servizio ancora migliore. È previsto di integrarli ancora di più nelle attività di marketing nazionale e internazionale. E non vogliamo lasciare i nostri clienti soli con i nostri prodotti, ma vogliamo aiutarli a tirarne fuori il meglio", così dice Salvatore Coniglio. Ci saranno più corsi di formazione e un contatto più stretto con i clienti. A tal fine Liqui Moly punta su un'assistenza personale e interfacce fisse. Nella sede centrale tedesca, Lukas Sonntag è responsabile del commercio con l'Italia e Liqui Moly Italia stessa annovera inizialmente sette dipendenti. Ma non resteranno gli unici. "Prevediamo di assumere ancora più persone nei prossimi mesi", dice Salvatore Coniglio.

*“Più prodotti, migliore disponibilità, più clienti e più assistenza – sono le quattro chiavi per il nostro successo futuro “, conclude il direttore export.*