

PointS vuole distinguersi per la qualità, sia del network, che del prodotto. “Filosofia orientata al cliente, prodotti all’avanguardia e forte specializzazione: questi sono i nostri pilastri”, dichiara Salvatore Mandrà, direttore commerciale del network che, nato in Italia nel 1988, conta oggi 130 rivenditori indipendenti e 800 realtà specializzate nell’assistenza automotive.

“La nostra è stata una crescita lenta ma consolidata, basata sulla scelta accurata di professionisti con punti vendita affidabili e preparati. Nel 2011 vogliamo continuare questo percorso e creare ancora maggior qualità e professionalità. Scegliremo i partner con attenzione, in base alla loro preparazione, conoscenza del mercato e onorabilità negli impegni, insomma vogliamo selezionare solo coloro che sono adeguati al nostro stile commerciale, per valorizzare una professionalità che in questi anni purtroppo è stata svilita”.

Per quanto riguarda i prodotti, ci spiega Mandrà, PointS è in grado di offrire ai clienti tutti i marchi principali sul mercato, ma anche un brand privato, PointS, di pneumatici progettati in Germania e prodotti in Europa da un’azienda leader. “I pneumatici a marchio PointS sono estremamente competitivi, in quanto garantiscono prestazioni da premium brands, ma possono contare su prezzi di fascia intermedia”. Attualmente sono disponibili le linee invernali Winterstar e Winterstar 2, le estive  Summerstar 2 e la linea Summervan per i veicoli commerciali.

“Lavoriamo molto anche con le flotte” aggiunge Mandrà. “Quest’anno abbiamo adottato un approccio innovativo: siamo stati i primi ad offrire alle società di noleggio a lungo termine non un brand ma un prezzo. In pratica proponiamo tutti i marchi, ma suddivisi per fasce di costo, con un doppio vantaggio per le società e per i clienti. Le società sono in questo modo in grado di pianificare i costi e i clienti sono liberi di scegliere il marchio di gomme preferito”.

La diffusione del network è capillare, soprattutto al centro e nord Italia, e i punti vendita vengono coordinati dalla società Pneus Service S.p.A., con 15 dipendenti e sede in provincia di Roma. La logistica può contare invece su due magazzini: uno, recentemente ampliato, a Roma e uno a Milano. Il giro d’affari annuale è attorno ai 300.000 pneumatici per un fatturato di 24 milioni di euro.

Nato in Francia nel 1971, PointS dichiara di vendere ogni anno in Europa 12 milioni di pneumatici, tramite 1.150 rivenditori indipendenti (dalle case fabbricanti), professionisti del settore e 1.950 centri di assistenza presenti in ventidue Paesi: Austria, Belgio, Bulgaria, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Inghilterra, Italia, Lussemburgo, Polonia,

Repubblica Ceca, Russia, Spagna, Svizzera, Ungheria, Montenegro, Olanda, Portogallo, Romania, Scandinavia.

© riproduzione riservata
pubblicato il 21 / 06 / 2011