

Continental CVT si dichiara soddisfatta della partecipazione al Transpotec di Verona, dove ha registrato una grande affluenza di visitatori e di consumatori finali interessati ai prodotti. "Mi auguro che il successo di questo salone sia un altro segnale della volontà del settore di far fronte alla attuale situazione economica", ha affermato Daniel Gainza, Direttore Commerciale CVT di Continental Italia.

Nello stand di Verona, Continental ha presentato i prodotti autocarro della Generazione2, che però non sono gli stessi del momento del lancio ma ne rappresentano un'evoluzione. I pneumatici esposti, infatti, riportano la marcatura "+", ad indicare che si tratta dell'ultimissima serie. In un'ottica di costante miglioramento, la Generazione2 appunto, è stata oggetto di perfezionamenti tecnici, per offrire ai clienti pneumatici sempre più innovativi.

"In controtendenza rispetto agli anni difficili che sta vivendo il mercato, Continental ha continuato ad investire e non ha interrotto i piani di sviluppo di prodotto", spiega Gainza. "Pertanto già quest'anno presenteremo altre importanti novità in termini di tecnologia."

Oltre al prodotto, Continental punta molto sui servizi e sull'identificazione del punto vendita e assistenza, come anello di una catena europea affidabile ed efficiente che si rivolge alle flotte. Gainza aggiunge infatti: "Continental, in tutta Europa, sostiene il concetto di non guardare solo ai pneumatici, ma anche a come influenzare in maniera positiva i risultati delle aziende di trasporto, logistica, movimentazione merce, portuale e aeroportuale."

"La nostra promessa al mercato e alle aziende di trasporto - continua Gainza - è di riuscire ad abbassare i loro costi operativi. E lo scriviamo!

Dichiariamo che i nostri prodotti offrono i più bassi costi di operazione.

E' una promessa che riusciamo a mantenere, soprattutto grazie ai servizi e ai processi: monitoraggio, consulenza, gestione carcasse, reportistica molto accurata e tempestiva. Tutto ciò va sotto il marchio Conti360° Fleet Services".

Il network Conti360°, presente in tutta Europa, è nato in Italia lo scorso anno. La rete si suddivide in associati di servizio, che sono oltre 120 e garantiscono la copertura geografica completa del Paese, e in full Partner Conti360°, che sono già 32.

"Conti360° vuole diventare un punto di riferimento per gli autotrasportatori e i movimentatori", prosegue il responsabile CVT di Continental Italia. "Se vogliamo che le flotte non puntino solo sul prezzo, ma scelgano di affidarsi ad un fornitore di fiducia,

“dobbiamo distinguerci nella sostanza. Per questo è nata la rete Conti360°, per dare qualcosa che gli altri non offrono.”

“I Partner Conti360° sono il fiore all’occhiello di Continental, ma sono anche un punto di riferimento per il mercato stesso. La rete è nata ed è stata impostata proprio per migliorare i servizi e minimizzare i costi di esercizio delle flotte, che sono sostanzialmente influenzati dai pneumatici. E’ questo che il mercato ci chiede ed è questo che il network Conti360° è in grado di offrire in maniera professionale e affidabile.”

© riproduzione riservata
pubblicato il 11 / 03 / 2013