In occasione del rinnovo del negozio di AME Sport Tecnich in via Cassala a Milano, realizzato con la collaborazione di Yokohama, Enzo Miani, uno dei due fratelli fondatori, ha raccontato la storia di questa azienda e i vantaggi avuti nella collaborare con il marchio giapponese.

Da quanti anni siete sul mercato e trattate i pneumatici?

Enzo Miani: Ame Sport Tecnich nasce nel 1997 a Milano. Io e mio fratello Antonio siamo nati in mezzo alle auto e siamo cresciuti professionalmente nell'officina Alfa Romeo di nostro padre Elio. Per questo io e mio fratello siamo sempre stati legati al mondo delle corse. Io ho fatto il meccanico anche in formula uno mentre mio fratello ha corso in kart ad alti livelli. Dopo la fine dell'attività di nostro padre abbiamo iniziato la nostra avventura nel 1997. La nostra filosofia, data la nostra storia, è stata ed è tuttora sportiva, abbiamo sempre puntato su una grande preparazione tecnica e ci è sempre piaciuto trattare prodotti di natura racing. I nostri due negozi rispecchiano ancora questo stile e il brand Yokohama lo sposa appieno.

Come è evoluto il mercato negli ultimi anni e quali sono le opportunità e le prospettive per il futuro? E. M: negli ultimi anni l'avvento dell'online ci ha scombussolato. Per far fronte a questo epocale cambiamento abbiamo investito ancor di più sulla professionalità e sul rapporto con il cliente, nostri punti di forza che gli operatori online non possono presidiare. In questo Yokohama ci assomiglia. Yokohama premia infatti il rapporto con il gommista mentre altre case hanno puntato di più sul canale lungo e quindi la nostra filosofia, fatta di attenzione diretta al cliente, si sposa con quella di Yokohama Italia. Per quanto riguarda la mia visione del futuro, posso dire che sarà sicuramente pieno di novità. Noi siamo attenti all'andamento del mercato e cerchiamo di dare pronta risposta ad ogni nuova esigenza del cliente. Programmi di fidelizzazione e servizio dedicato sono le nostre armi, nostri valori aggiunti che su internet non ci sono. **Crediamo molto nel cambio stagione e nella sicurezza che deriva da una corretta manutenzione e da un giusto montaggio dei pneumatici** perché la specializzazione del prodotto è fondamentale e montare un'unica gomma tutto l'anno, come a volte alcuni clienti chiedono, può inficiare secondo me la sicurezza al volante. Il nostro lavoro è fatto di consulenza e di assistenza, e questa è la vera forza del lavoro dei professionisti.

Noi non ci fidiamo ad esempio a installare gomme che i clienti ci portano dopo averle acquistate in autonomia, delle quali non conosciamo l'origine. Preferiamo trattare il prodotto dalla vendita allo smaltimento controllandone qualità e manutenzione. Per etica professionale penso che un buon professionista del settore debba fare questo nell'interesse dell'utente finale e per generare maggior sicurezza alla guida. Questo

approccio ci ha premiato: infatti a politica di non montare gomme che non sono da noi fornite ci sta portando dei vantaggi in termini di fidelizzazione.

Questa nuova immagine del negozio rappresenterà una migliore presentazione nei confronti del cliente finale. Pensate che attività di marketing come questo possano aiutare il rapporto con l'utilizzatore e la fidelizzazione? Come l'immagine di brand e negozio si amalgamano a professionalità e sevizio nell'aumentare il business?

E.M.: Penso che le due cose non possano vivere se non unite. Ovvero sono convinto che i valori aggiunti di professionalità da una lato e immagine coordinata dall'altro aiutino nella nostra professione. Ricevere un servizio professionale, curato, organizzato e poter entrare in un punto vendita accogliente è un'esperienza di acquisto più gratificante per il cliente. Inoltre, sapere che lo stoccaggio delle gomme invernali in estate viene fatto presso un gommista competente e che si avvale di magazzini ben strutturati e gestiti è un servizio molto apprezzato.

La nuova personalizzazione del negozio è stata pensata insieme a Yokohama Italia e / o Magri Gomme per GT Radial: qual è il rapporto con Yokohama e con il gruppo Magri?

E.M.: siamo clienti da tanti anni, quasi 10, e negli ultimi 5 anni abbiamo ampliato la partnership perché i valori e i temi che abbiamo raccontato sopra sono sempre più attuali e importanti. Inoltre condividiamo appieno questi valori nell'interesse del cliente e del mercato.

Quali sono i modelli di pneumatici Yokohama e /o GT Radial che riscontrano maggiore successo presso gli utenti?

E.M.: Yokohama offre una gamma completa di misure e modelli di pneumatico che sanno rispondere a diverse esigenze di utilizzo. Data la nostra immagine e il nostro posizionamento sul mercato tendiamo a trattare pneumatici racing e sportivi (in passato abbiamo lavorato molto nel tuning, facendo parecchie personalizzazioni e inch-up) e quindi consigliamo spesso l'Advan Sport V105, che i clienti più esigenti apprezzano.

Di GT Radial, capace di offrire una buona varietà di modelli e una gamma completa di misure, i nostri clienti apprezzano l'HPY. Anche il nuovo Sportactive è un buon prodotto, che secondo noi avrà successo presso i clienti.