Schaeffler Automotive Aftermarket annuncia in questi giorni l'integrazione delle attività commerciali legate ai marchi LuK, INA e FAG con quelle della consociata Ruville. Dover aver completato con successo la fase di startup nei mercati pilota in Europa dell'Est e Nord Europa, oltre che in Francia, l'azienda sta gradualmente implementando l'integrazione a livello globale.

"Con la nuova riorganizzazione delle strutture commerciali, stiamo rafforzando Schaeffler Automotive Aftermarket nel mercato internazionale dei componenti per il ricambio", afferma Michael Söding, President Schaeffler Automotive Aftermarket

"Con la nuova riorganizzazione delle strutture commerciali, stiamo rafforzando Schaeffler Automotive Aftermarket nel mercato internazionale dei componenti di ricambio", afferma Michael Söding, President Schaeffler Automotive Aftermarket. In futuro, i clienti aftermarket potranno avere un unico interlocutore commerciale in ogni mercato nazionale per tutti i 4 marchi. "In questo modo rendiamo direttamente accessibile l'intero portfolio di prodotti di Schaeffler Automotive Aftermarket" aggiunge Thomas Dee, Senior Sales Manager Western Europe/Eastern Europe and International Ruville. "Tutti i prodotti e i servizi da un'unica fonte a livello locale – importante valore aggiunto in termini di prossimità al cliente."

I marchi LuK, INA, FAG e Ruville si distinguono per eccellenza tecnica, innovazione e qualità superiore. L'integrazione delle attività commerciali includerà, oltre a dare la possibilità di esplorare nuove sinergie e di razionalizzazione gli interlocutori, un'espansione della copertura di mercato e lo sviluppo del marchio Ruville. Una maggiore penetrazione di mercato insieme all'ottimizzazione del portfolio prodotti rafforzerà ulteriormente le performance in termini di servizio e il vantaggio competitivo dell'azienda.

Parallelamente alla riorganizzazione delle attività commerciali per i marchi LuK, INA, FAG e Ruville, si assisterà a un riallineamento delle attività di comunicazione. "Il nostro focus

continuerà a essere la comunicazione di tutti e 4 i marchi" afferma Rouven Daniel, Director Marketing & Communications Schaeffler Automotive Aftermarket. "La conseguenza logica è un consolidamento delle attività di marketing e comunicazione e interlocutori unici verso l'esterno." Il processo di integrazione delle attività commerciali sarà completato nel terzo trimestre di quest'anno.

© riproduzione riservata
pubblicato il 16 / 07 / 2014