La divisione Veicoli Commerciali di Continental Italia ha creato una nuova struttura dedicata allo sviluppo di un'offerta che risponda ai bisogni di un mercato in continua evoluzione. "Oggi il mercato – afferma Daniel Gainza, direttore commerciale di Continental CVT – è in una fase di profondo cambiamento. I consumatori sono sempre molto attenti alla qualità dei prodotti che acquistano ed allo stesso tempo il fattore prezzo assume un'importanza via via maggiore nelle loro decisioni di consumo. I dati di mercato, ma anche l'attenzione alle esigenze dei nostri clienti, fanno emergere in modo evidente questo comportamento. Si sta affermando con sempre più forza una fascia di mercato che io definirei 'mass-premium'. Si tratta di consumatori che considerano il prezzo di acquisto come criterio fondamentale nella loro decisione, ma che non sono disposti a scendere a compromessi sulla qualità e sulle performance di base dei prodotti acquistati."

In alcuni settori merceologici questo cambiamento è probabilmente già avvenuto, mentre in altri, come quello dei pneumatici, la trasformazione dei comportamenti dei consumatori è ancora in corso. Proprio per anticipare questa tendenza, Continental CVT Italia ha deciso di affidare ad una struttura appositamente creata lo studio di queste tendenze per fornire risposte efficaci e tempestive che contribuiscano a mantenere su altissimi livelli la soddisfazione dei nostri clienti. Alla guida di questa nuova struttura, in qualità di Brand Development Manager, ci sarà Paolo Giorgetti, 31 anni. Dopo la laurea in Scienze Politiche, Giorgetti ha iniziato la sua esperienza nell'area vendite all'interno del mercato di beni e strumentazioni per la sicurezza sul lavoro. Nel 2011 il suo ingresso in Continental, ed in particolare nella business unit Pneumatici Truck, con il ruolo di Responsabile Vendite di Toscana e Umbria. Grazie a questa esperienza Paolo Giorgetti ha consolidato la sua conoscenza del mercato B2B e B2C, gestendo la relazione commerciale sia con i rivenditori che con flotte di autotrasporto, ed ha sviluppato un'ottima capacità di analisi dei bisogni e delle esigenze delle aziende.

"In un contesto in continua evoluzione – commenta Paolo Giorgetti – anche il settore dei pneumatici per autocarri deve poter rispondere alle necessità dei consumatori in maniera efficace e agile. Ho accettato con grande entusiasmo questa sfida perché penso che essere vicini quanto più possibile alle esigenze dei consumatori sia fondamentale per fornire soluzioni che possano accrescere il contributo di Continental alle reali necessità del mercato. Questa nuova struttura ha l'obiettivo di valorizzare l'ampia offerta di prodotti del Gruppo Continental facendola conoscere alla nuova fascia di mercato che abbiamo identificato con la definizione 'mass-premium'. Il mio compito, come Brand Development Manager, sarà proprio quello di anticipare i cambiamenti del mercato e di creare nuovi prodotti e nuove offerte che consentano a Continental CVT di confermare la sua leadership in termini di qualità dei prodotti messi in commercio ma anche di soddisfazione dei clienti.

Con questa iniziativa desideriamo supportare in maniera sempre più efficiente i nostri clienti nell'individuazione delle scelte migliori in base alle loro reali esigenze".

© riproduzione riservata
pubblicato il 2 / 03 / 2015