Bridgestone ha presentato il nuovo Bridgestone Partner Agri, il network di rivenditori specializzati della propria Commercial Business Unit divisione Agricoltura, ad Eima, in programma a Bologna fino al 13 novembre.

Lo stand di EIMA (padiglione 36 stand D10) è incentrato su come soddisfare le esigenze delle aziende agricole di oggi e di domani attraverso un’offerta completa di prodotti e servizi.

Il contesto attuale di mercato e le previsioni future impongono un rinnovamento degli attuali modelli di business. Nel settore dell’agricoltura molti fattori creano pressione sui margini operativi delle aziende agricole: la volatilità dei prezzi delle colture, l’aumento della pressione legata ai fattori ambientali, la tendenza al consolidamento delle aziende e l’aumento della complessità dei macchinari obbligano gli operatori del settore a ragionare su come massimizzare l’efficienza produttiva.

Lorenzo Piccinotti,
Marketing Manager
Commercial Products,
Bridgestone Europe South
Region

Lorenzo Piccinotti, Marketing Manager Commercial Products, Bridgestone Europe South Region, spiega i motivi alla base della creazione del nuovo network: “Le aziende agricole sono sempre più alla ricerca di soluzioni di business che garantiscano maggiore redditività, come ad esempio prodotti a bassa compattazione per proteggere il suolo, interventi di assistenza rapidi ed efficaci, approfondita esperienza e conoscenza dei pneumatici. Il nuovo network Bridgestone Partner Agri, in linea con queste tendenze, si prefigge come mission soddisfare le esigenze delle aziende agricole attraverso prodotti e servizi a valore aggiunto.”

Bridgestone punta molto sul concetto di partnership e mette il proprio personale a disposizione del network di rivenditori, per un affiancamento consulenziale e sinergico volto a supportare le aziende agricole nell’attività quotidiana e nella ricerca dell’efficienza produttiva. Individuando in maniera sempre più chiara il punto di partenza nel cliente finale, sia esso un’azienda agricola o un contoterzista, gli sviluppi organizzativi previsti e le risorse sono dedicate a soddisfarne ed anticiparne le esigenze, in un’ottica di sostenibilità di lungo periodo.

Seguendo questa logica, Andrea Marconcini, Director Commercial Products, Bridgestone

Europe South Region, afferma “I dealer Bridgestone Partner devono poter offrire la più alta proposizione di valore ai clienti finali. Per questo avranno a disposizione l’offerta completa multi-marchio Firestone e Bridgestone. **Il brand premium Bridgestone, che rappresenta la proposta più innovativa posizionandosi nel segmento top di gamma, sarà infatti commercializzato in esclusiva attraverso il network**.”

Andrea Marconcini,
Director Commercial
Products, Bridgestone
Europe South Region

Un ulteriore punto di forza del network è rappresentato dalla possibilità di offrire “Senza Pensieri by Bridgestone”, l’innovativo programma rivolto alle aziende agricole ed ai rivenditori Bridgestone Partner Agri elaborato in collaborazione con GE Capital. “Senza Pensieri by Bridgestone” permette ai Bridgestone Partner di offrire ai propri clienti tutti i prodotti (e non solo) a marchio Bridgestone e Firestone con dilazione del pagamento fino a 7 mesi. In questo modo il cliente finale ha il vantaggio di poter accedere ad una gamma di prodotti e servizi premium con la possibilità di dilazionare il pagamento a costo zero.

L’attenta selezione dei punti vendita del network è un ulteriore elemento chiave per garantire massima capillarità sul territorio e, soprattutto, un elevato livello di servizio. La rete è infatti composta da circa 50 punti vendita, a dimostrazione di come la qualità sia prioritaria rispetto alla quantità. La scelta avviene in maniera molto oculata basandosi su analisi di geomarketing e attente certificazioni qualitative in modo da assicurare standard di qualità omogenei su tutto il territorio.

Presso lo stand Bridgestone oltre alle novità di prodotto è possibile approfondire i vantaggi del nuovo Network Bridgestone Partner.

© riproduzione riservata
pubblicato il 11 / 11 / 2016