

Il network Hankook Masters debutta in Italia a Oleggio, in provincia di Novara, insieme ad Azzurra Gomme, un'officina nata 20 anni fa, come centro multiservizio, in una zona strategica di grande visibilità, la Statale 32. Abbiamo parlato delle ragioni di questa scelta con il socio di Azzurra Gomme e titolare del negozio Borgo Gomme, **Antonio Testa**.

Quali sono i motivi che vi hanno portato a scegliere, tra le molte proposte di network, proprio la formula Hankook Masters?

Abbiamo scelto di entrare in questo network perché abbiamo pensato e capito che per noi era un'opportunità favorevole, perché ci offriva maggiori possibilità rispetto alla catena che avevamo scelto in precedenza. In particolare per noi è importante il fatto che Hankook Italia ci metta a disposizione due prodotti: Hankook e Laufenn. Quest'ultimo, che è un nuovo marchio, è particolarmente adatto a Oleggio e alla nostra area di riferimento per prezzo e per appeal.

Che tipo di contratto vi è stato proposto?

Non è un vero e proprio contratto di franchising, ma un accordo di collaborazione che dura 5 anni e comporta un certo impegno, ma senza costi di affiliazione e anche questo è un vantaggio.

Quali sono i vantaggi dal punto di vista del cliente?

In primo luogo il marchio è facilmente riconoscibile, perché l'azienda investe molto in pubblicità, molto più di qualche anno fa e questo fa sì che il consumatore finale abbia una netta percezione e conoscenza del brand. In secondo luogo, come già anticipato, l'azienda ci mette a disposizione un secondo brand molto interessante.

Come è stato accolto il marchio Laufenn dai vostri clienti?

Estremamente bene, sia da chi lo acquista per la prima volta, perché ha un prezzo molto competitivo e adatto alla nostra clientela, che viene da un'area rurale, dove la priorità è spendere poco, sia da chi lo ha già provato e lo chiede di nuovo. Il feedback sul prodotto è infatti davvero molto buono, il prodotto va bene e ha un ottimo rapporto qualità-prezzo.

Come è cambiata l'immagine del punto vendita con la nuova insegna?

Rispetto a due anni fa, il design del negozio è totalmente cambiato, ringiovanito, direi, e il consumatore se ne accorge immediatamente. Anche in occasione dell'inaugurazione ce lo hanno fatto notare in molti e questo ci ha fatto molto piacere.

L'inaugurazione è stata lo scorso 14 ottobre; come è andata?

È stata una bella festa, molto riuscita, grazie anche al sole e alla temperatura quasi estiva di 25 °C. L'affluenza non è stata grandissima, ma è arrivata la gente 'giusta', quella veramente interessata. Per noi infatti era importante che vedessero il nuovo punto vendita, gli investimenti e il nuovo stile. Abbiamo anche organizzato dei giri di prova con pilota a bordo di una Mercedes AMG GT e questo ha destato sicuramente molto interesse.

Ci ha anche fatto molto piacere che all'inaugurazione fossero presenti Marco Rispoli, PCR Senior Sales Manager di Hankook Tire Italia, insieme ad altri 7-8 manager dell'azienda. Questo dimostra l'impegno dell'azienda nel sostenere questo progetto.

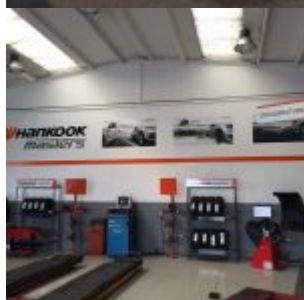
Quali sono le aspettative per i prossimi anni?

La speranza è che Hankook investa nel futuro, per creare un'immagine nazionale e un'esperienza d'acquisto uniforme e riconoscibile per i clienti che entrano nei negozi Hankook Masters. L'azienda è infatti ancora alle prime armi con il nuovo network, ma l'obiettivo è di arrivare a 150 centri in tutta Italia.

Per quanto riguarda la nostra realtà, abbiamo puntato sul centro multiservizio già nel 1996, perché siamo nati con meccanica e gomme, per inserire subito dopo anche il servizio revisioni. Siamo stati dei precursori di questa strategia one stop shop e adesso possiamo dire che è stata una formula vincente. Oggi invece è la normalità e quindi guardiamo avanti, con questa adesione al network di Hankook e con il progetto di inserire ulteriori servizi collaterali all'auto, come ad esempio la sostituzione dei vetri, per poter offrire ai clienti un pacchetto sempre più completo.

Quali sono i punti di forza di Hankook come fornitore?

Siamo contenti del servizio, della logistica e dei rappresentanti. Anche quando abbiamo delle esigenze particolari la Casa ci ascolta e ci aiuta. Inoltre riteniamo di avere un ottimo rapporto di acquisto e di essere serviti e trattati molto bene sia sul prodotto che sul servizio.







© riproduzione riservata
pubblicato il 31 / 10 / 2017