

Anche quest'anno la vicentina BR Pneumatici ha offerto ai propri clienti una serata suggestiva nella laguna veneziana. Oltre settanta clienti da Veneto, Trentino e Friuli Venezia Giulia hanno infatti raggiunto in barca piazza San Marco, nel cuore di Venezia, accompagnati dai responsabili di BR Pneumatici e Michelin.

L'occasione, oltre ad essere un piacevole momento di convivialità, è servita per fare: riflessioni sul mercato, ascoltare le esigenze dei clienti, condividere le strategie commerciali, l'aggiornamento sulle novità di prodotto, che Michelin ha in serbo per l'ormai prossima stagione invernale.

Carmin **Nutile**, responsabile cliente settore vettura e trasporto leggero di Michelin, insieme ad **Andrea Casamassima**, regional sales manager business to consumer, e **Ciro Mazzarella**, responsabile dei partenariati, ha focalizzato il suo intervento sul nuovo disegno dell'Alpin 6, ma ha presentato anche l'Alpin 5 SUV Pilot Alpin 5 e l'Agilis Crossclimate.

"La mobilità è essenziale per lo sviluppo umano", ha dichiarato Casamassima. "L'impegno di Michelin nel campo dell'innovazione continua ha come obiettivo una mobilità sempre più sicura, efficace, sostenibile. Da sempre B.R. Pneumatici è al nostro fianco per la commercializzazione dei pneumatici del Gruppo Michelin, tanto all'utilizzatore finale che alla rivendita. L'incontro di oggi ci ha permesso di aggiornare gli Associati Michelin di B.R. Pneumatici sui più recenti prodotti lanciati nel 2018: Primacy4, Agilis CrossClimate, Alpin 6 e Pilot Alpin 5, che continuano ad offrire ai clienti non solo un alto e costante livello di sicurezza, ma anche risparmio di carburante, grazie alla bassa resistenza al rotolamento, ed eccellente durata sia da nuovo che da usurati. Questo permette di limitare il consumo di materie prime, utilizzare i pneumatici più a lungo e in sicurezza e diminuire, insieme alla resistenza al rotolamento, le emissioni di CO 2. ovvero la 'Performance Sostenibile', la chiave della nostra strategia."

*"Attraccare in Piazza San Marco è stato davvero suggestivo e tutti i clienti lo hanno molto apprezzato, auspicando che venga ripetuta anche in futuro", dice **Stefano Busin**, responsabile commerciale di BR Pneumatici e organizzatore dell'evento. "Essere vicini ai clienti, come azienda, è molto importante, perché il mercato diventa sempre più competitivo ed è necessario riuscire a distinguersi dagli altri."*

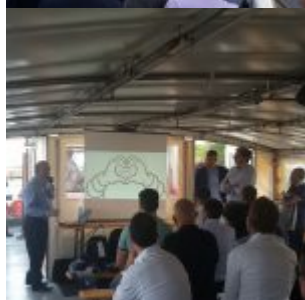
L'avvento delle vendite online di pneumatici - sia ai clienti finali che ai rivenditori - in questi anni ha effettivamente livellato il mercato verso il basso, definendo il prezzo per ciascun prodotto, senza tanti margini di manovra per i distributori, che rischiano di rimanere schiacciati dal sistema.

“In linea teorica, essere un’azienda efficiente, che offre dei servizi e un rapporto personalizzato, paga, ma nel mercato siamo in tanti e la concorrenza diventa sempre più spietata. L’attenzione è ormai focalizzata quasi esclusivamente sul prezzo, ma il prezzo è quello che paghi, il valore è ciò che ottieni, come diceva Warren Buffett”, continua Busin. “Anche l’esclusività ormai è venuta meno: vendiamo tutti le stesse marche, con gli stessi programmi e con le stesse consegne. La differenza sta nell’azienda con la professionalità dei propri collaboratori”.

Viste le temperature di settembre, raccogliere preordini invernali sembra essere un’impresa assai ardua. Gli ordini oggi si concretizzano sul venduto, infatti, anche perché l’offerta ai rivenditori è diventata sempre più ‘just in time’, grazie alle consegne giornaliere e ai pagamenti lunghi. I distributori si trovano a fare da banca e da magazzino per gli operatori al dettaglio, che, a loro volta, sono sempre più organizzati e lavorano su appuntamento, riuscendo quindi a ordinare esattamente quello che serve nei tempi programmati .

Parlando di prodotto, il trend incontrastato continua ad essere l’all season, come dimostra il fatto che ormai tutti i produttori, anche quelli più contrari, all’inizio, al concetto di usare la stessa gomma tutto l’anno, hanno dovuto mettere a catalogo una variante quattro stagioni. *“L’all season è un prodotto sempre più richiesto, ma spesso non soddisfa le vere esigenze degli utilizzatori - dice Busin -. Purtroppo è diventato un segmento che non è possibile trascurare e che viene richiesto anche in zone montane, dove sarebbe consigliabile un prodotto più specifico. Il lavoro della distribuzione sta diventando sempre più difficile per diversi motivi ; la risposta di BR Pneumatici è di esaudire nella migliore maniera possibile le esigenze dei clienti e, se il tempo ci darà una mano, confidiamo di avere anche quest’anno dei buoni risultati.”*







© riproduzione riservata
pubblicato il 17 / 09 / 2018