

Lo scorso marzo Nokian Tyres e Univergomma hanno definito una importante partnership di distribuzione su tutto il territorio italiano. L'inizio di questa collaborazione è stata un po' burrascosa, a causa del lockdown. Nonostante tutto, dopo i primi mesi, i risultati sono già soddisfacenti, ma sono soprattutto i progetti per il futuro ad essere interessanti: ne abbiamo parlato con Neri Peccia, di Univergomma.

Facciamo il punto della situazione di questi primi mesi. Cosa è stato fatto?

Nonostante il lockdown, siamo riusciti a presentare i prodotti e le campagne commerciali a tutta la forza vendita. Inoltre, ci siamo occupati della parte logistica: abbiamo inserito la gamma nei nostri magazzini, suddividendo i prodotti in tutta la rete logistica. Avremmo voluto anche organizzare le riunioni e le presentazioni con i clienti ma, purtroppo, questo non è proprio stato possibile a causa del Covid.

Perché Univergomma punta molto su Nokian? Come si inserisce il marchio all'interno del portafoglio prodotti aziendali?

Nokian ha una storia molto importante in Italia: stiamo parlando di un marchio che gode di un'immagine di elevatissima qualità da almeno 30 anni. Univergomma vuole fare leva su questo capitale di immagine per far ripartire il marchio nel nostro mercato, grazie all'ottima gamma di prodotti, moderna, aggiornata e di altissima qualità.

Stiamo parlando, infatti, di un prodotto premium, con una rete distributiva ben organizzata e con pochi operatori selezionati. Il mix perfetto che permette di creare valore per tutta la filiera distributiva.

Quali sono, quindi, i progetti di Univergomma per Nokian? E come intende realizzarli?

Il primo obiettivo è sicuramente quello di impostare il progetto NAD, in modo da identificare quei rivenditori che credono in Nokian e che vogliono un prodotto Premium europeo con il quale potersi differenziare nel mercato. Ovviamente, verranno messe in piedi tutta una serie di iniziative per creare valore aggiunto agli affiliati NAD di Univergomma, Overgom e Max Tyre.



Stiamo valutando cosa veramente il rivenditore richiede e necessita per poter promuovere al meglio il marchio. La rete NAD sarà per Univergomma, Max Tyre e Overgom la base sul quale creare la rete commerciale del futuro del marchio.

Per il futuro, inoltre, si potrebbe valutare anche di fare un passo in più, replicando il successo avuto con i network MOMO e Hankook Stop & Go. Il marchio Nokian si presterebbe sicuramente molto bene ad un progetto di questo tipo, identificando totalmente un punto di vendita.

Come e quanto Nokian sta supportando Univergomma in questo progetto?

Il supporto che ci sta dando Nokian è importante e diversificato su più fronti.

Sicuramente, uno degli aspetti più importanti in questo momento è essere gli unici promotori del network NAD in certe aree. Questo, infatti, ci dà la possibilità di offrire dei plus importanti ai nostri affiliati.

Inoltre, la forza vendita Univergomma ha appena completato una settimana di formazione full immersion, mentre nelle prossime settimane verrà organizzata la stessa cosa anche per la forza vendita Max Tyre ed Overgom.

Infine, abbiamo studiato campagne commerciali congiunte e continueremo a coordinarci quanto più possibile per offrire sempre nuove opportunità al rivenditore.

Negli ultimi anni Nokian ha allargato l'attenzione verso il quattro stagioni e l'estivo. Quanto è importante questo nuovo focus nel mercato italiano, in particolare nel Centro Sud Italia?

Con l'avvento di nuovi prodotti e con un focus orientato al Summer e al quattro stagioni vediamo lo sviluppo del mercato del centro sud Italia come una vera opportunità.

I rivenditori che cercano un prodotto premium con il quale differenziarsi dai loro competitor oggi possono guardare a Nokian non solo per l'invernale, ma anche per il quattro stagioni e per l'estivo. L'intera gamma offre prodotti dalle performance molto elevate: oggi Nokian è uno dei pochissimi produttori che presenta svariati articoli con la marcatura AA nell'etichetta europea, aspetto sempre più importante per il consumatore finale.

Parlando di consumatore finale, quali azioni sono state pensate per supportare il rivenditore nella vendita della gamma Nokian?

Univergomma, Max Tyre ed Overgom offrono sui pneumatici Nokian 3 elementi di promozione veramente interessanti, studiati dal produttore finlandese per i rivenditori: la garanzia Aramide, la satisfaction promises e il DSI.

La **Garanzia Nokian Tyres Aramid** copre i danni accidentali alla struttura laterale dei pneumatici estivi Nokian Line SUV e Nokian zLine SUV. La garanzia copre i danni accidentali alla struttura laterale dei pneumatici e offre ai guidatori la possibilità di poter avere un nuovo prodotto corrispondente gratuitamente. Si tratta di un vantaggio molto conveniente ma, soprattutto, una garanzia di questo tipo offerta su prodotti quali i pneumatici SUV è un ottimo argomento di vendita.

La **Garanzia Nokian Satisfaction** è un'offerta speciale che si rivolge in maniera specifica ai consumatori che non conoscono il marchio o che esitano a scegliere Nokian per altre ragioni. Il consumatore è invitato a provare qualcosa di nuovo senza alcun rischio. Se per qualsiasi ragione il consumatore non dovesse essere soddisfatto, entro il periodo di garanzia potrà sostituire il set di pneumatici con uno diverso disponibile presso lo stesso rivenditore. Anche questa Garanzia, come e forse ancora di più della prima, permette di proporre un prodotto al consumatore finale in tutta tranquillità.

Infine, il sistema **DSI** è l'Indicatore di sicurezza di guida, che aiuta l'utilizzatore finale a riconoscere lo stato del pneumatico. Si tratta di una serie di numeri (8-6-4) sul battistrada che indicano quanti millimetri di battistrada rimangono. In altre parole, quando il numero 8 scompare, la profondità del battistrada è inferiore a 8 mm. Quando il numero 6 scompare, ci

si sta avvicinando ai 4 millimetri ed è quindi necessario prendere in considerazione il cambio dei pneumatici.

Siamo convinti che Univergomma, Nokian e i rivenditori potranno realizzare grandi cose insieme partendo da queste premesse.

© riproduzione riservata