

È innegabile che il coronavirus stia cambiando il panorama automotive italiano, dalla vendita di vetture fino all'assistenza, passando, naturalmente, anche per i gommisti e la distribuzione di pneumatici. In un periodo tanto diverso dal solito, abbiamo parlato con Manuel Ivan, responsabile commerciale di Gexpo, che ha raccontato come sta andando la stagione estiva e quali sono le previsioni dell'azienda per la prossima stagione invernale.

Stagione estiva: che effetti sta portando il coronavirus sul settore pneumatici?

A causa del blocco dovuto al covid le fabbriche hanno forzatamente ridotto le produzioni e, di conseguenza, sono stati prodotti meno pneumatici summer rispetto alle previsioni di inizio anno. Questo ha, a sua volta, fatto sì che la domanda e i prezzi siano aumentati.



Per quello che riguarda Gexpo, nonostante l'importante perdita di fatturato dei mesi di marzo e aprile causata dall'emergenza Covid, l'azienda nei mesi successivi di maggio e giugno può ritenersi molto soddisfatta perché ha completamente recuperato il fatturato perso nei mesi precedenti, anche il mese di luglio è iniziato molto bene quindi ci fa guardare il futuro con molto ottimismo.

E per quel che riguarda la prossima stagione invernale cosa si aspetta Gexpo?

Le case, come ogni anno, produrranno il winter in base agli ordini che riceveranno dal canale distributivo e retail. Abbiamo motivo di credere che, a differenza degli anni passati, non ci sarà un eccesso di produzione, mentre la domanda del ricambio dovrebbe incrementare. Questo è probabile perché, a causa delle regole dovute al distanziamento sociale, è previsto un aumento del chilometraggio medio nei prossimi mesi di tutto il parco auto, a discapito dei mezzi di trasporto come aereo o treno. Inoltre, lo Stato dovrebbe incentivare tramite bonus la vendita di auto nuove e rilanciare in modo significativo tutto il mercato dell'automotive, dando ulteriore impulso al segmento.

Come si sta preparando Gexpo alla prossima stagione invernale?



Gexpo ha posto ancora più attenzione del solito nell'organizzarsi per affrontare la prossima stagione invernale, coprendo tutti i segmenti di mercato. Ora la palla passa al rivenditore: pensiamo che, soprattutto quest'anno, sia ancora più importante che il rivenditore programmi i suoi acquisti, per soddisfare in pieno le richieste del mercato in modo competitivo.

Chi non lo farà, sicuramente dovrà fare i conti con la scarsità di prodotto e l'innalzamento dei prezzi, come sta accadendo in questi giorni per il segmento summer.

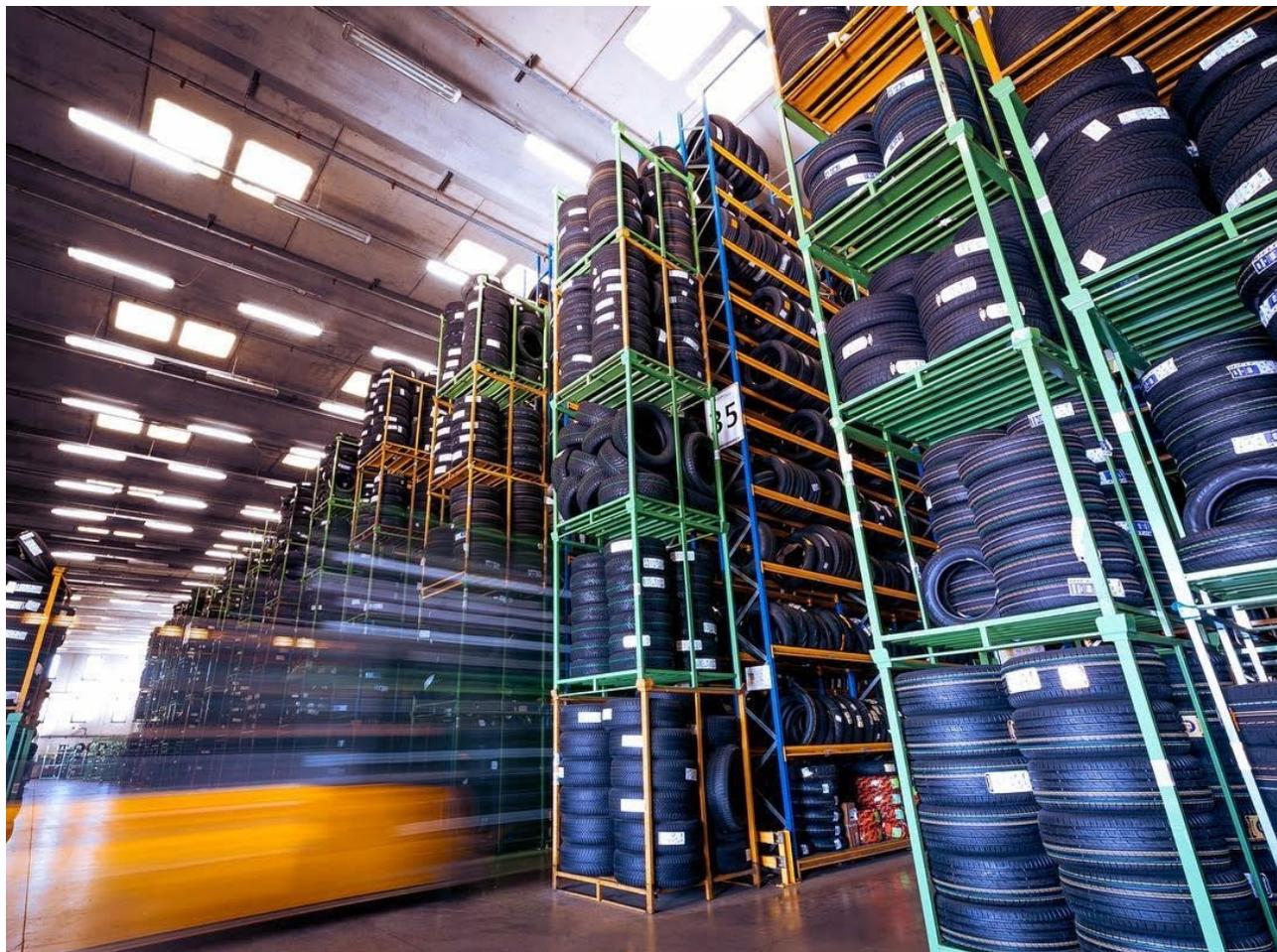
Cosa si possono aspettare i rivenditori?

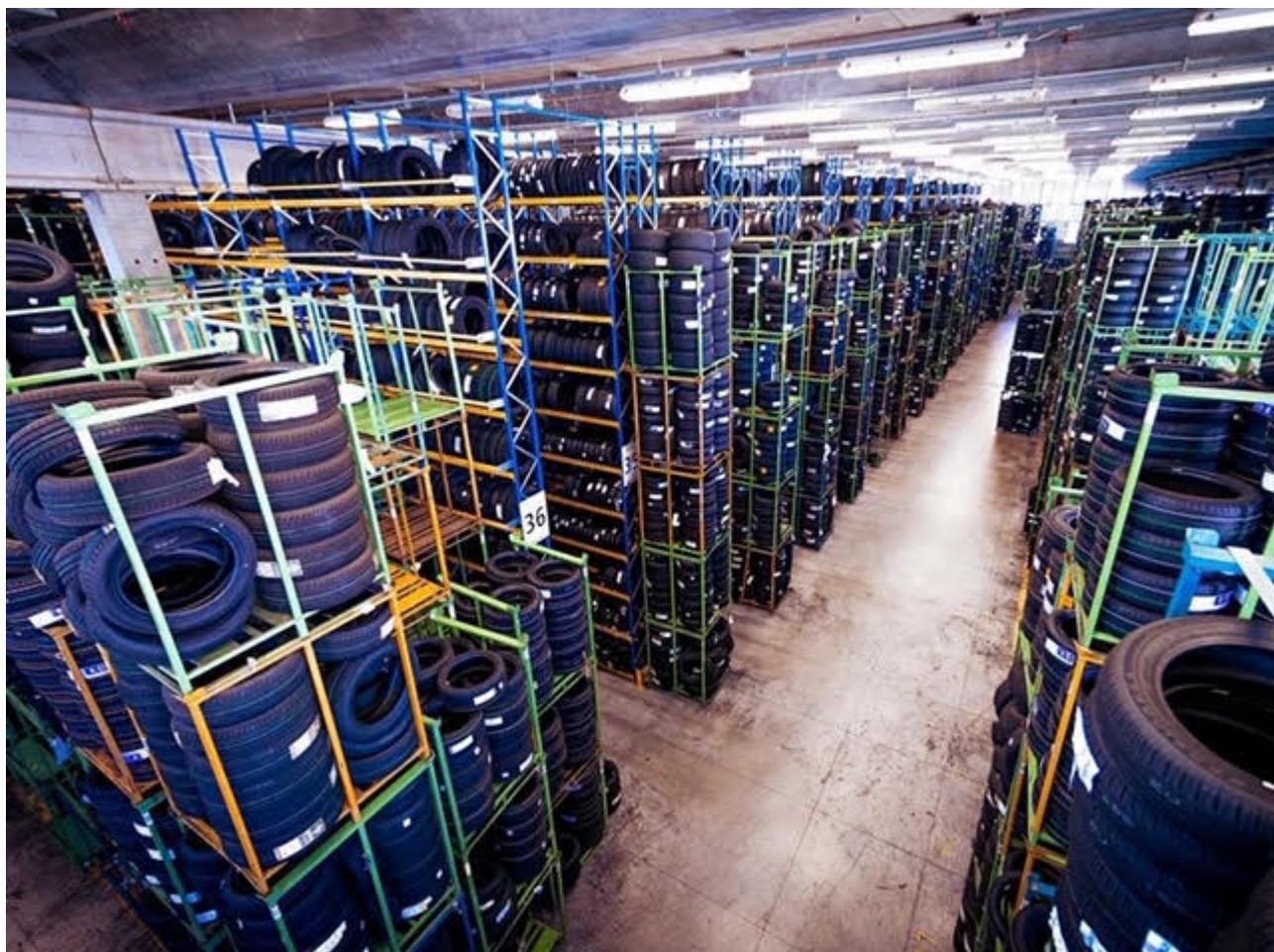
Gexpo proporrà una campagna prebooking commercialmente molto stimolante: l'intenzione è di incentivare il rivenditore a prevedere in anticipo almeno una parte di tutto il winter che poi venderà in stagione. Gli importanti vantaggi commerciali offerti oggi hanno lo scopo di gratificare in modo significativo il rivenditore, che otterrà un prezzo non ottenibile durante la stagione.

Inoltre, per agevolare i clienti Gexpo ha recentemente migliorato il proprio b2b: ora è possibile ordinare il materiale di consumo (piombi, pezze, olio, batterie, ecc.) direttamente sul portale in modo molto intuitivo, senza la necessità di contattare l'azienda.

Il processo di espansione della società negli ultimi anni non si è mai fermato, anche in un periodo storico così complicato Gexpo è alla ricerca di nuovi agenti per tutto il nord Italia.









© riproduzione riservata pubblicato il 10 / 07 / 2020