

A inizio luglio Falken Tyre Europe ha lanciato in Italia, Spagna e Grecia il nuovo network Falken Zone. Ma le novità non si limitano a questo nuovo progetto, anzi. Ne abbiamo parlato con **Fabrizio Manfredi**, Country Manager Italia, e **Gonzalo Di Pierro Garcia**, Sales & Marketing Representative South Europe.

Che cosa è Falken Zone e quali sono le differenze principali rispetto al precedente network?

Falken Zone è il nuovo network di Falken, ma in realtà rappresenta un approccio completamente nuovo al mercato italiano da parte dell'azienda. Falken è sempre stata presente in Italia solamente tramite i distributori ma da oggi, con questo progetto, avviciniamo Falken ai rivenditori e all'utente finale.

L'azienda vuole supportare attivamente i propri distributori - in primis la **Tagliabue Gomme**, storicamente e strategicamente partner di Falken in Italia - ma anche e soprattutto i rivenditori aderenti con un pacchetto di marketing completo, che spazierà dal materiale pubblicitario e informativo per il punto vendita alla personalizzazione completa del negozio e alle azioni di sell-out invernali ed estive.

Il prossimo anno ci saranno anche interessanti novità dal punto di vista digital e, non appena possibile, torneranno anche i viaggi incentive e la possibilità di vedere dal vivo gli eventi di cui Falken è sponsor.

Dal punto di vista dei prodotti, oltre ovviamente alla gamma vettura, con il nuovo network vogliamo aumentare la focalizzazione anche sui pneumatici **autocarro**.

Insomma, si apre una nuova era per Falken in Italia.



Che obiettivi si è posta l'azienda?

Considerando il periodo, è impossibile parlare di obiettivi numerici. Inoltre, si tratta di un

piano a lungo termine, che parte nel sud Europa, ma che poi verrà allargato al resto del continente. Possiamo dire che ora ci aspettiamo di consolidare i volumi e, non appena la situazione coronavirus lo renderà possibile, tornare a crescere in termini di volumi ma anche e soprattutto di conoscenza del marchio.

Il network Falken Zone non è la sola novità: ad esso si affianca un nuovo team di venditori diretti e anche uno sforzo logistico...

È vero, il network è solo la punta dell'iceberg. Falken ha puntato molto sul mercato italiano e, oltre al lancio del nuovo network, da luglio ha creato un **team di vendita formato da 5 nuovi colleghi**, che crescerà in autunno, e implementato **2 depositi logistici in Lombardia e Lazio**. È un team eterogeneo, con diverse competenze, ma composto da persone molto esperte del settore, che faranno certamente un grande lavoro per la crescita del brand.

È ovvio che, per approcciare il mercato direttamente, bisogna essere sul territorio. Falken ha quindi deciso di investire in modo molto importante e concreto in termini di budget, persone sul territorio e servizi. In questo modo, la nostra forza vendita si affiancherà ai distributori partner per poter servire il sempre maggior numero rivenditori che vuole trattare il nostro prodotto.



Il team Falken in Italia, da sinistra: Romolo Palladino, Gonzalo Di Pierro, Alberto Bonardo, Fabrizio Manfredi, Emanuele Trevi, Daniele Picerno

Il coronavirus ha impattato in modo importante sulle vostre attività?

Se parliamo di produzione, l'epidemia ha avuto un impatto pesante, ma meno forte di altri nell'ambito automotive.

Falken non ha mai messo nessuno in cassa integrazione in tutta Europa: abbiamo e stiamo tuttora lavorando in home office, ma non abbiamo dovuto ridurre gli orari di lavoro e ricorrere a supporti esterni.

Inoltre, dal punto di vista della produzione, le nostre fabbriche sono rimaste chiuse solo poche settimane e per questo motivo non prevediamo mancanze di prodotto nella prossima stagione invernale. Questo potrebbe essere un vantaggio interessante se si verificheranno le prospettive di mancanza di disponibilità annunciate da altri player del settore.

Dal punto di vista delle attività marketing, invece, il coronavirus ha impattato molto: penso ad esempio alle nostre sponsorizzazioni nel mondo del motorsport, come la 24 ore del Nurburgring, e del calcio, ma anche ai viaggi incentive e alla convention. Purtroppo

quest'anno il contatto diretto con i rivenditori e con i fan si è perso.

Chi volesse maggiori informazioni sul network Falken Zone come può fare?

Tutte le informazioni sui nostri prodotti e le attività di marketing sono aggiornate settimanalmente sul nostro sito ufficiale www.falkentyre.com , dove è presente anche il dealer locator con i rivenditori ufficiali, e sulla pagina Facebook <https://www.facebook.com/FalkenTyreItalia>

© riproduzione riservata pubblicato il 9 / 09 / 2020