

Con il tema "Innovate into The Great Future", lo scorso 30 dicembre, ZC Rubber ha tenuto la China Distributors Conference, il meeting annuale con i distributori per presentare i risultati del 2020 e gli obiettivi per il futuro, che quest'anno si concentrano in particolare sull'innovazione digitale.

Shen Jinrong, presidente di ZC Rubber Group, ha sottolineato che l'azienda condivide, nonostante l'impatto della pandemia, nel 2020 ha comunque raggiunto una serie di importanti traguardi.

Crescita complessiva e obiettivi futuri

"È stato un anno straordinario per ZC Rubber, che ha registrato una nuova crescita, in termini di prodotti e tecnologie", ha detto Jinrong. "Abbiamo inoltre registrato un risultato record per il gruppo, in quanto a capacità produttiva, fatturato e performance finanziaria".

Il fatturato globale dell'azienda è stato di quasi 30 miliardi di yuan (3,8 miliardi di euro) quest'anno, realizzati con oltre 21,5 milioni di pneumatici radiali per autocarri e autobus, 44 milioni di pneumatici per autovetture e trasporto leggero e 4,2 milioni di pneumatici diagonali speciali.

Il presidente di ZC Rubber ha sottolineato i progressi tecnologici fatti in questi tre settori: *"La nostra capacità di progettazione e produzione di pneumatici radiali per autocarri e autobus può già essere confrontata con il livello delle aziende più avanzate del mondo. Per quanto riguarda, invece, i pneumatici per autovetture, sono convinto che **la nuova Flagship Series**, costruita in base ai risultati della ricerca scientifica che abbiamo sviluppato negli ultimi anni, avrà delle prestazioni in grado di raggiungere o addirittura superare quelle di alcuni prodotti di grandi marche".*

E' proprio ai risultati prodotti dagli investimenti in ricerca e sviluppo degli ultimi anni, che il manager attribuisce la crescita esplosiva delle vendite, che hanno consentito a ZC Rubber di toccare risultati storici.

Per quanto riguarda la nuova linea di prodotti Flagship Series, nel 2021 l'azienda prima si concentrerà sul segmento dei pneumatici truck e bus, e successivamente sul segmento vettura.

Shen Jinrong ha annunciato inoltre che ZC Rubber avrà nuovi stabilimenti in Cina e Thailandia, che entreranno progressivamente nelle varie fasi di produzione, e che nei piani c'è anche l'apertura di un secondo stabilimento all'estero. La **Future Factory** da costruire

ad Hangzhou è invece un progetto governativo, che mira ad accelerare la trasformazione digitale. A questo progetto partecipano anche le note società cinesi Alibaba e Hikvision.

Shen ha aggiunto che nei prossimi cinque anni verrà costruita anche la **ZC Rubber Digital Brain**, una piattaforma di rete intelligente che collega la produzione, la catena di approvvigionamento, le attrezzature, i canali, i servizi, gli utenti e le attività di marketing per raggiungere la digitalizzazione industriale totale.

“Continueremo – ha detto Shen – a perseguire l'innovazione e ad avanzare nella classifica mondiale dei produttori, diventando leader mondiale per la tecnologia. La nostra missione è fornire ai consumatori soluzioni concrete per una vita migliore”.

Impegno e supporto digitale per i clienti

Dopo aver riscontrato un successo nell'esperienza realizzata nel mercato interno cinese, ZC Rubber ha intenzione a breve di investire nei canali online e offline di altri mercati.

Ge Guorong, vicepresidente di Zhongce Rubber Group, ha infatti spiegato che il team marketing di ZC Rubber aumenterà il supporto digitale per i distributori, in modo da raggiungere un maggior numero di persone attraverso i social media, adesso che sono in molti casi bloccate in casa, a causa della pandemia. L'obiettivo dell'azienda cinese è impegnarsi per sostenere la crescita di tutti i distributori e partner nel mondo.

“La collaborazione con i clienti è un elemento essenziale per noi e vogliamo cogliere l'occasione del meeting per ringraziare tutti”, ha detto Ge Guorong. “Per far fronte alla pandemia, forniremo un supporto di marketing più forte attraverso diversi canali, con l'obiettivo di aiutare i nostri distributori a mantenere la crescita sia della quota di mercato che dei profitti delle vendite. Siamo ottimisti, vedendo il modo in cui il nostro business sta crescendo e vogliamo mantenere questo slancio anche nel 2021 e oltre”.



© riproduzione riservata pubblicato il 10 / 02 / 2021