

Se avete visto la partita di qualificazione ai Mondiali 2022 Italia - Bulgaria, avrete notato che tra gli sponsor a bordo campo era presente Falken. L'azienda, infatti, sta continuando gli investimenti sul mercato italiano in maniera importante, con l'obiettivo di crescere sempre di più.

"Dopo l'apertura di due poli logistici nord e centro Italia ed i continui sviluppi sui primi equipaggiamenti siamo tornati a far vedere in nostro brand in Tv durante le partite della nazionale italiana di calcio. Continueremo per tutto l'anno a spingere la crescita della notorietà del marchio" ha affermato **Gonzalo Di Pierro Garcia**, Sales & Marketing Representative South Europe di Falken.



Dopo la partita Italia - Bulgaria ne seguiranno altre: l'Italia è un mercato importante per Falken e la Nazionale di calcio ha sempre un ampio seguito televisivo.

*"Il primo passo era quello di essere a regime con magazzini, per esser più vicini a livello di consegne. Il successivo è stato mettere a punto il team e lanciare il nuovo network di official dealer **Falken Zone**, che conta circa 400 gommisti in tutta la penisola. Ora dobbiamo portare le persone nei negozi e, quindi, si tratta di investire nella comunicazione, nella pubblicità e nel digital, arrivando a casa della gente."*

Che obiettivi vi siete posti?

*"Vogliamo arrivare a 1000 official dealer. Siamo quasi a metà percorso, dopo aver lanciato il nuovo network in piena pandemia. Abbiamo organizzato un piano di investimenti da qui al 2025, in cui la comunicazione è centrale. Per questo motivo arriva in Italia la campagna **"Falken Says Tanks"** proprio ora. In Germania negli ultimi 10 anni ha avuto sempre ottimi e crescenti risultati, sia da parte dei clienti finali che dei gommisti e ci auguriamo che possa accadere lo stesso in Italia."*

© riproduzione riservata pubblicato il 6 / 04 / 2021