

Apollo Tyres mira a essere “l’azienda di pneumatici più facile con cui fare affari” e sta implementando cambiamenti organizzativi in Europa che aiuteranno a realizzare questo obiettivo. Parallelamente a una modifica del posizionamento e dei prezzi del marchio Vredestein, Apollo sta adattando la sua organizzazione di vendita e marketing, nominando nuovi responsabili regionali dell’assistenza clienti. Questi cambiamenti entreranno in vigore il 1° aprile 2022 e per saperne di più abbiamo parlato con **Yves Pouliquen**, responsabile vendite e marketing per l’Europa di Apollo Tyres.

Pouliquen spiega che Apollo Tyres coordinerà le sue attività europee attraverso sei cluster aggiornati (vedi riquadro più in basso). Cinque di questi rappresentano mercati nazionali che condividono sinergie linguistiche, commerciali o logistiche: ad esempio, l’Italia è nel cluster insieme a Francia, Spagna e Portogallo. Il sesto cluster continuerà ad essere Export, un’operazione con sede presso l’headquarter europeo di Apollo Tyres nei Paesi Bassi. Il cluster Export copre i paesi in cui l’azienda non dispone di una forza vendita sul campo, nonché una manciata di mercati al di fuori dell’Europa.

Diversi mercati precedentemente appartenenti all’Export si stanno ora trasferendo all’interno dei cluster regionali. *“Il motivo è che vogliamo una presenza più forte in questi mercati. Mi riferisco a paesi come la Romania, ad esempio, dove abbiamo un forte potenziale ma possiamo fare di meglio. Riequilibrare la nostra presenza e riorganizzare i cluster ci aiuterà in questo.”*

Manager che supportano i singoli team

Pouliquen afferma che un “cambiamento cruciale” che si verifica è l’evoluzione del modo in cui i cluster supportano l’attività. Apollo Tyres gestisce già reparti di vendita e assistenza clienti nella maggior parte dei mercati europei, ma solo i più grandi di questi possono sostenere un team di assistenza clienti consistente e dedicato.

“I team di assistenza clienti più piccoli in altri mercati spesso devono affrontare una pressione significativa”, condivide il responsabile delle vendite e del marketing del gruppo. *“Pertanto, con la nuova organizzazione del cluster stiamo costruendo una sinergia nell’assistenza clienti tra i singoli mercati e il cluster regionale.”*

Ogni cluster riceverà così un proprio responsabile del customer care che affiancherà le squadre nazionali. Questo manager si occuperà di ogni team di assistenza clienti all’interno del cluster, con i responsabili dell’assistenza clienti locali che riferiscono a questo manager invece che a un country manager, dando la possibilità a quest’ultimo di concentrarsi maggiormente sulla gestione delle vendite e guidando la crescita del business.

In supporto ai team nazionali di assistenza clienti, ciascun manager a livello di cluster garantirà la rapida risoluzione di eventuali problemi in sospeso. I responsabili dell'assistenza clienti guideranno anche i miglioramenti dei processi e forniranno formazione sulle migliori pratiche.

Apollo Tyres sta promuovendo le persone all'interno della sua organizzazione a questi ruoli di gestione dell'assistenza clienti a livello di cluster, sfruttando la loro esperienza all'interno delle rispettive regioni per fornire un supporto appropriato per ciascun mercato. Pouliquen afferma che Apollo Tyres condividerà ulteriori dettagli sui manager appena nominati a tempo debito.

Portale B2B aggiornato

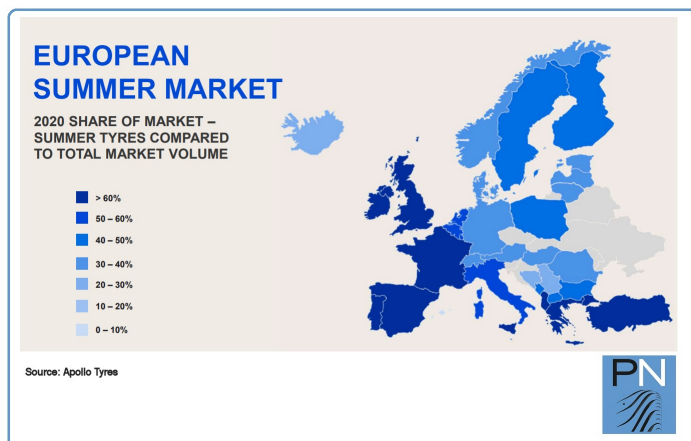
A sostegno delle imminenti modifiche strutturali alle funzioni di vendita e marketing e in risposta alla crescente domanda di servizi di ordinazione online, Apollo Tyres sta anche aggiornando il suo portale B2B europeo.

“Non ritenevamo più che il sito esistente fornisse ai nostri clienti informazioni sufficienti”, commenta Pouliquen. “Vogliamo fornire un livello di servizio più elevato e il miglioramento del nostro portale B2B è una parte importante di questo.”

Il sito B2B aggiornato offre informazioni più complete sul prodotto e maggiori dettagli sulla disponibilità.

Riposizionamento estivo

Abbiamo accennato che Apollo Tyres sta lavorando per riposizionare il marchio Vredestein nei mercati europei. Gli sforzi in tal senso saranno responsabilità di ogni singolo cluster, ma Yves Pouliquen ci indica diversi temi chiave che potremmo vedere in tutta la regione.



“Siamo già ben posizionati quando si tratta di prodotti all season e invernali e, sebbene continueremo a perfezionare e migliorare il nostro posizionamento in questi segmenti, la gamma estiva è dove stiamo apportando cambiamenti significativi. La nostra gamma estiva è stata storicamente posizionata al di sotto delle gamme all season e invernali. Ora abbiamo introdotto sul mercato nuovi prodotti posizionati a un livello più alto e con questi stiamo ci stiamo portando allo stesso livello delle altre gamme.”

Un trio di nuove linee estive Vredestein si è unito ai vertici della gamma lo scorso anno. Vredestein Ultrac Vorti + e Ultrac Vorti R + sono destinati ai conducenti di auto ad alte prestazioni e rientrano nella categoria di prodotti “Pro” di punta del marchio. Apollo Tyres ha anche aggiornato la sua gamma estiva di categoria “Standard” attraverso l’introduzione del Vredestein Ultrac.

Riequilibrio europeo: focus su nuovi mercati

Una maggiore attenzione al posizionamento dei prodotti estivi può essere interpretata come una buona notizia per i mercati del sud Europa. Come accennato in precedenza, Apollo Tyres vuole riequilibrare la sua presenza geografica in Europa, che è stata storicamente forte in Benelux, Germania, Austria e Paesi nordici, ma meno altrove. Un’enfasi sul segmento estivo aiuterà a risolvere questo problema.

*“Una delle nostre principali aree di interesse è lo sviluppo della nostra presenza in paesi come Spagna e **Italia** e in alcune parti dell’Europa orientale”, commenta Pouliquen. “Investiremo le giuste risorse nei paesi in cui vogliamo crescere di più.”*

Alcuni mercati trarranno vantaggio da una maggiore enfasi sulle operazioni di vendita al dettaglio, mentre altri potrebbero richiedere un focus sul commercio all’ingrosso. *“Spetta ai*

cluster determinare questo, questo è il loro ruolo.”

Gli sforzi per promuovere le attività di vendita al dettaglio comprendono anche lo sviluppo di **canali di distribuzione paralleli** alle relazioni tradizionalmente solide di Apollo Tyres con i grossisti. *“Vogliamo espanderci nel business online B2C, questa è un’area di forte crescita in mercati come Francia, Polonia e Regno Unito. Lavoreremo con i partner per aumentare la nostra presenza e collaborare con loro alle attività di marketing.”*

Un altro focus di interesse per Apollo nominato da Pouliquen sono i **concessionari di auto**. *“Abbiamo investito molto nel business del primo equipaggiamento e quindi vogliamo sfruttarlo per aumentare la presenza del nostro marchio nelle concessionarie di automobili. Stiamo lavorando duramente su questo ora e vogliamo che i nostri cluster ottengano una presenza nel maggior numero possibile di siti.”*

I cluster geografici Apollo Tyres

- Sud-ovest: Francia, Italia, Spagna, Portogallo
- Nord-ovest: paesi nordici (Svezia, Norvegia, Finlandia), Belgio, Regno Unito, Paesi Bassi
- Centro Europa: Danimarca, Germania, Svizzera
- Nord-est: Polonia, Bielorussia, Ucraina, Paesi baltici
- Sud-est: Austria, Serbia, Croazia, Bosnia Erzegovina, Slovenia, Ungheria, Slovacchia, Repubblica Ceca, Romania
- Export: Grecia, Irlanda, Islanda, Bulgaria, Albania, Reunion, Taiwan, Malesia

© riproduzione riservata pubblicato il 28 / 03 / 2022