

ATG zapowiada rozwój. Polska jednym z głównych celów [WYWIAD]

data aktualizacji: 2017.08.10



Alliance Tyre Group to producent opon dla rolników, leśników, właścicieli firm budowlanych i przemysłowych. Od lipca ubiegłego roku grupa ta jest częścią japońskiej Yokohamy, a od maja tego roku na jej czele stoi Nitin Mantri, z którym mieliśmy przyjemność porozmawiać. Jego plany na najbliższe lata to przede wszystkim podwojenie obrotów firmy. Jak chce to zrobić? Dyrektor zarządzający grupy ATG podkreśla też, że Polska jest dla tej firmy jednym z najważniejszych rynków w Europie. Zapraszamy do lektury.



Po kilku miesiącach pracy w roli CEO jak ocenia Pan potencjał grupy ATG oraz jej pozycję na rynku?

Jesteśmy przygotowani do pracy nad znacznym wzrostem w większości naszych rynków. Mamy silną pozycję w segmencie dobrych opon wysokiej jakości. Ten segment też rozwija się bardzo szybko. Zawsze są dobre perspektywy dla dobrych produktów, które dają klientom końcowym gwarancję wysokiej jakości. W ATG właśnie to robimy.

Alliance Tire Group to międzynarodowe konsorcjum. Zakłady produkcyjne znajdują się w Izraelu i Indiach, macie siedzibę w Holandii, mniejsze siedziby i biura właściwie na całym świecie. Czy ten międzynarodowy charakter firmy ułatwia czy utrudnia waszą pracę?

Oczywiście zarządzanie różnymi rynkami i ich potrzebami jest złożonym zadaniem, ale na szczęście mamy duże regionalne zespoły inżynierów terenowych, menedżerów sprzedaży i dealerów/dystrybutorów na terenie wszystkich krajów, w których działamy. To zapewnia nam bardzo dobrą współpracę z lokalnymi rynkami. Ten międzynarodowy charakter, o który Pan pyta, czyni naszą firmę lepszą, ponieważ przy podejmowaniu decyzji mamy różne perspektywy.

Pierwszego lipca ubiegłego roku grupa ATG stała częścią The Yokohama Rubber Company. Co w praktyce zmieniło to dla firmy, jej pracowników i klientów?

Wejście na tak duży i prężny pokład jak Yokohama miało bardzo pozytywny wpływ na nasze możliwości organizacyjne, a także na naszych pracowników. Jesteśmy częścią wielkiej firmy z branży oponiarskiej, która ma prawie stuletnią historię. W niedalekiej przyszłości Yokohama pozwoli spółce ATG na niezależną działalność w celu zachowania dotychczasowych wzrostów i przedsiębiorczości. Ważne jest, że mamy dostęp do prac badawczo-rozwojowych w Yokohamie i procesów jakościowych, które pomogą nam zapewnić jeszcze lepsze produkty naszym klientom.

Początek Pana pracy jako dyrektora zarządzającego ATG zbiegł się w czasie z promocją nowej, bardzo innowacyjnej opony rolniczej. Czy [Alliance 389 VF - pierwsza na świecie opona do przyczep rolniczych chroniąca glebę - przyczyni się do promocji ATG na świecie?](#)

Firma ATG była zawsze pionierem w produkcji innowacyjnych opon i w takim duchu powstała też

opona Alliance 389 VF. Rolnicy potrzebowali tego produktu. Technologia VF zastosowana w tej oponie była wcześniej dostępna tylko w oponach do traktorów. Ale co z tego, że opony w traktorze chroniły glebę, skoro ciągnięta przez traktor przyczepa już ją niszczyła? (technologia VF pozwala na pracę z niższym ciśnieniem w oponach, przez co ugniatanie gleby jest dużo mniejsze – przyp. red.). Opona Alliance 389 VF rozwiązuje ten problem. Jesteśmy pewni, że ta opona okaże się dużym sukcesem.

Firma ATG jest właścicielem marek Alliance, Galaxy i Primex oraz dostarcza opony do rolnictwa, leśnictwa, przemysłu, OTR. Która marka najlepiej radzi sobie na rynku, a nad którą firma musi jeszcze dużo popracować?

Muszę przyznać, że wszystkie nasze marki są wiodącymi markami w swoich segmentach i rynkach. Opony pod każdą marką są dostosowywane do wymagań konkretnego zastosowania. Posiadamy najszerszy asortyment opon w branży z blisko 3000 SKU na całym świecie, podzielonych między Alliance, Galaxy i Primex. Alliance cieszy się silną pozycją w Europie ze względu na dość długą już historię, ale nasze inne marki bardzo dobrze sobie radzą i silnie opanowały swoje segmenty ze względu na swoją jakość i zróżnicowane specyfikacje.

A co z polskim rynkiem? Jak ocenia Pan potencjał i możliwości Polski w tym zakresie?

Polska jest dla nas bardzo ważna i jest jednym z trzech rynków, na których chcemy skoncentrować się w Europie. Pracujemy nad tym, aby podwoić nasz udział w rynku w ciągu najbliższych trzech lat. Mamy obecnie czterech dystrybutorów na terenie całego kraju i inżyniera terenowego, który ich wspiera.

Dostarczacie opony na pierwszy montaż oraz sprzedajecie na ja rynku wtórnym. Sprzedaż opon innych niż samochodowe to specyficzna działalność. W jaki sposób prowadzicie sieć sprzedaży, jak promujecie swoje produkty, czy spotykacie się regularnie ze swoimi klientami?

Nasza działalność to doskonała kombinacja B2B (business-to-business, czyli transakcje pomiędzy firmami) oraz B2C (business-to-consumer, czyli transakcje z klientem końcowym). Nasi partnerzy (dealerzy/dystrybutorzy) są kluczem do naszego sukcesu na każdym rynku. Ich wsparcie i wkład pomagają nam w tworzeniu lepszych i specyficznych opon do zastosowań na rynku. Koncentrujemy się również na bezpośredniej interakcji z klientami końcowymi poprzez udział w różnych wydarzeniach, targach i pokazach. Nasi inżynierowie terenowi i zespoły spotykają się z klientami końcowymi, zbierając ich opinie i sugestie.

Jakie ma Pan plany na przyszłość związane z Alliance Tire Group?

Mamy ambicje podwojenia naszych obrotów w ciągu najbliższych kilku lat. Wejdziemy do nowych segmentów i będziemy aktywnie pracować nad zwiększeniem naszej obecności w istniejących segmentach i rynkach. Przyszłość zapowiada się bardzo obiecująco!

Dziękuję za rozmowę.

Rozmawiał Piotr Łukaszewicz.

Źródło: