

Opony całoroczne napędzają wzrost Nokian Tyres w Europie Środkowej

data aktualizacji: 2021.11.30



Firma Nokian Tyres zdołała zwiększyć swój udział w rynku w Europie Środkowej. Podczas wrześniowego Capital Markets Day, producent opon potwierdził średnioterminowy (3-5 lat) cel, jakim jest wykorzystanie i przyspieszenie rozwoju regionie Europy Środkowej oraz intensyfikację ogólnej działalności o 50%. Oznacza to wzrost z około sześciu do dziewięciu milionów sprzedawanych opon rocznie.

- Pomimo okoliczności spowodowanych przez COVID-19, nasz zespół wykonał świetną pracę, a nasz udział w rynku znacznie wzrósł. Jesteśmy na dobrej drodze do osiągnięcia celu, jakim jest wzrost o 50% - mówi Bahri Kurter, Executive Vice President na Europę Centralną.

Co odpowiada za wzrost Nokian Tyres w Europie Środkowej?

Zmiany w branży oponiarskiej są napędzane przez dwa duże trendy konsumenckie: wygodę i zrównoważony rozwój. W praktyce oznacza to zwiększony popyt na opony całoroczne, felgi o większych rozmiarach, a także rosnący biznes flotowy, upowszechnianie się pojazdów elektrycznych oraz rosnący wpływ internetu w procesie nabywania ogumienia.

- Już teraz poszerzamy nasze portfolio produktów o oferty bardziej dostosowane do potrzeb rynku. Wykorzystamy okazję, jaką stwarza możliwość produkcji i sprzedaży opon letnich, dzięki naszemu

nowemu centrum testowemu w Hiszpanii. Chcemy zwiększać naszą obecność w Niemczech, czyli jednym z największych rynków ogumienia. Co więcej, planujemy rozwijać nasz biznes w takich krajach jak Włochy, Francja czy Hiszpania, gdzie nasze udziały są mniejsze - dodaje Kurter.

Europa Wschodnia najmocniejszą stroną Nokian Tyres - firma zamiesza wykorzystywać swoją silną pozycję na rynku opon zimowych

W Europie do 80% opon jest już wyszukiwanych w sieci, a 10-40% jest kupowanych przez internet. Nokian Tyres będzie dalej rozwijać swoją wielokanałową działalność wykraczającą poza sprzedaż hurtową, detaliczną i internetową, a także planuje dalej rozwijać biznes flotowy. Firma usprawnia również organizację łańcucha dostaw, który, wraz z działem obsługi klienta, został przeniesiony do Pragi.

Chcąc jeszcze mocniej wesprzeć wzrost w Europie Środkowej, firma zwiększa inwestycje w marketing - w celu budowania świadomości marki oraz aktywizacji konsumentów. Utworzono również nowy zespół sprzedaży na poziomie europejskim. Te zmiany przyczyniają się do zwiększenia udziału firmy do 3% na rynku ogumienia Europy Środkowej.

- Odnotowaliśmy silny wzrost w segmencie opon całorocznych, ale nie kosztem naszej mocnej pozycji w segmencie opon zimowych. Nasza koncentracja na dużych rozmiarach felg okazała się bardzo dobrym posunięciem, ponieważ zwiększyliśmy udział w rynku i rozwijaliśmy się szybciej niż sam rynek. Teraz chcemy kontynuować to, co już udało nam się osiągnąć - komentuje Kurter.

Marketing cyfrowy oraz fizyczny handel detaliczny zostaną zintensyfikowane poprzez rozwój sieci Autoryzowanych Dealerów Nokian - to oni generują obecnie do 27% biznesu firmy w Europie Środkowej. Nokian Tyres pracuje obecnie nad kolejną generacją koncepcji tej sieci.

Fot. Nokian Tyres

Źródło: