

TyreTrade. Osobisty doradca klienta

data aktualizacji: 2024.07.29



Popularny pogląd, że świetny sprzedawca to taki, który sprzeda wszystko, jest w rzeczywistości dobry tylko dla producenta i sprzedawcy, a szkodliwy dla klienta. O wiele lepszą metodą sprzedaży jest podążanie za dobrym produktem. Korzystają na tym wszyscy: producent, sprzedawca i klient. Właśnie taką filozofię obrała firma Tyre Trade, koncentrująca się na wąskim sektorze opon przemysłowych i kilku wyselekcjonowanych producentach ogumienia.

Doświadczenie Tyre Trade liczy ponad 12 lat i jest związane ściśle z osobą Michała Nibelskiego – właściciela firmy. Opracowana przez niego filozofia sprzedaży opiera się na kontakcie bezpośrednim, selekcji produktów oraz perfekcyjnym systemie reklamacji. Śmiało można powiedzieć, że TyreTrade sprzedaje wiedzę i jest doradcą zakupowym ogumienia dla sektora OTR.

Bliskie związki z chińskim koncernem Zhongce Rubber Group oraz markami Tianli czy Westlake poprzedzone zostały wieloletnią obserwacją i analizą ich produktów. To producenci stosujący najnowsze technologie oraz posiadający wieloletnie doświadczenie w obróbce gumy – często sięgające dziesiątek lat wstecz. – *W jednej tylko zautomatyzowanej fabryce w Chinach wytwarza się 130 tys. opon dziennie, a zatrudnionych jest tam tylko 130 osób. Poziom zaawansowania automatyzacji produkcji i zastosowanej technologii znacząco wyprzedza koncerny europejskie, przy pozostawianiu na niezwykle podobnym poziomie jakości* – wyjaśnia Michał Nibelski. – *Nic dziwnego, że druga na świecie firma produkująca opony do największych maszyn to producent chiński* – dodaje.

Jednak to nie wszystko. Oferta TyreTrade i jej chińskich partnerów charakteryzuje się ogromną elastycznością. Przywykliśmy do wielu rzeczy robionych na zamówienie, ale czy do opon także? Okazuje się bowiem, że poprzez TyreTrade w Chinach, można zamówić opony przeznaczone do



wąskich zastosowań, na przykład ogumienie do maszyn użytkowanych w kopalni soli – miejscu generującym korozję felg oraz degradującym ogumienie w sposób fizyko-chemiczny. Trudne warunki pracy przy wydobywaniu, wąskie przejazdy, narażanie ścian bocznych opony na przebicie, oraz wpływ warunków środowiskowych w tym wysokiej wilgotności i zasoleniu. Inną grupą poszukującą dedykowanych opon są użytkownicy starych, ale nadal sprawnych kombajnów zbożowych marki Bizon. Dla nich partnerzy TyreTrade także mają rozwiązanie – wysokiej jakości i w atrakcyjnej cenie.

– Mieliliśmy kiedyś w ofercie opony na próbę – od pewnego producenta. Poinformowaliśmy klientów o tym teście, przygotowaliśmy promocyjną cenę. Niestety, szybko wrócili do nas z negatywnymi wnioskami. Od razu wycofaliśmy te produkty. Obecnie nie możemy sobie pozwolić na tego typu eksperymenty. Jeden bubel i wypadasz z rynku – podkreśla Michał Nibelski. – Dlatego postawiliśmy na system reklamacyjny, którego celem jest rozwiązanie problemu klienta, a nie jak najniższe koszty z tym związane. Lepiej stracić 1000 zł niż klienta i 100 tys. zł, które zostawia u nas rocznie. Proces reklamacyjny jest bardzo kosztowny, ale bez niego klient się od nas odwraca – zauważa.

W dobie istotnie rosnących cen opon TyreTrade upatruje szansy w ofercie chińskich producentów. – Korzystają na tym wszyscy. Niemal dwukrotnie droższe opony rolnicze oferowane przez europejskie koncerny sprawiają, że cierpią inni dostawcy dla tego sektora. Ktoś, kto wyda o kilkadziesiąt tysięcy więcej na opony, które wykonają tę samą robotę, nie będzie miał środków na inne wydatki. Dlatego kupując nasze opony, rolnik wspiera inne firmy pieniędzmi, jakie udało się mu z naszą pomocą zaoszczędzić – przekonuje szef TyreTrade. – To nasz wkład w rozwój lokalnej gospodarki. Moim zdaniem normalnym trendem powinny być taniejące opony, a nie ciągle drożejące – rok do roku. Tak właśnie działają nasi partnerzy, którzy stale myślą i pracują nad redukcją kosztów, zużycia energii i automatyzacją produkcji.

Trudno nie zgodzić się z tym twierdzeniem.

Legendarny Ford T produkowany w latach 1908-1927 początkowo kosztował 950 dolarów, a w 1917 roku 355 dolarów. Zarówno na początku, jak i na końcu jego produkcji wytwórnia nie traciła, gdyż stałe podnoszenie wydajności obniżało koszty produkcji, a tym samym zwiększało zyski Forda. O tej zasadzie dawno zapomniano w zachodnim świecie, a tłuste koty nie chcą polować.

– Chińczycy ciągle chcą się rozwijać, to naród ludzi myślących. Widać to po tamtejszych fabrykach opon, które osobiście zwiedzałem – zaznacza Michał Nibelski.

Obecna oferta TyreTrade skierowana jest do rolnictwa, leśnictwa, górnictwa, budownictwa i transportu. Wyselekcjonowanie produkty, sprawdzone przez praktyków – zwłaszcza w sektorze leśnym – oraz filozofia sprzedaży w stylu personal shopper wydają się jedyną słuszną drogą. Nic dziwnego, że stosunkowo nieduża firma, jaką jest TyreTrade, może pochwalić się sukcesem handlowym i sporym udziałem w rynku.

Źródło: