

Kubota Europe

INSIEME per andare lontano

Lo scorso marzo si è svolto a Napoli il “Dealer meeting” della filiale italiana di Kubota Europe, un evento che ha riunito tutti i concessionari nazionali e che ha consentito loro di condividere i risultati ottenuti nell’ultimo periodo, le linee guida e gli ambiziosi obiettivi da raggiungere nel breve e medio periodo

di Ettore Zanatta

L'occasione è stata particolarmente importante e rappresentativa, considerando il recente passato e le complessità del momento: il “Dealer meeting” organizzato da Kubota Europe nelle giornate del 17 e 18 marzo scorsi, nello scenario esclusivo offerto da un prestigioso hotel di Napoli, ha avuto lo scopo di riunire finalmente in presenza tutti i 44 concessionari italiani dell’azienda, provenienti da tutto il territorio nazionale. Durante l’incontro, a un primo momento di riflessione sull’anno passato

e sulla situazione attuale dell’azienda e del mercato, è emersa l’esposizione delle linee guida che prefiggono gli ambiziosi obiettivi per il 2022. Obiettivi che Kubota Europe intende raggiungere confidando nel DNA dell’azienda, scrigno di una concezione imprenditoriale che pone il supporto tecnico e commerciale a clienti e concessionari durante tutte le fasi della loro attività, fornendo loro risposte puntuali e nel più breve tempo possibile alle molteplici esigenze e richieste. Alla presenza di Shin Kamada, “Vice President Sales & Marketing Construction Equipment

Division” di Kubota Europe, e di Samuel Cablant, “Senior Sales Manager Construction Equipment Division” dell’azienda, si sono svolti i temi che hanno evidenziato e analizzato la capillarità e stabilità della rete di dealer italiana, strutturata per garantire un’estrema vicinanza ai clienti finali in termini di vendita e assistenza e oggetto di un preciso programma di sviluppo e di massimizzazione delle performance, nonché quelli legati alla diffusione e intensificazione di alcuni elementi di innovazione da parte di Kubota Europe, quali l’introduzione della telematica



SHIN KAMADA, "VICE PRESIDENT SALES & MARKETING CONSTRUCTION EQUIPMENT" DI KUBOTA EUROPE

ottimizzata nell'ambito di un preciso modello di business. Dovranno essere sempre più vicini ai clienti, garantendo servizi di assistenza e post-vendita ancora più rapidi e affidabili. Uno sviluppo che dovrà coinvolgere le strutture e le società sotto ogni punto di vista, anche in termini di organizzazione interna, marketing e risorse umane, e che includa al proprio interno servizi sempre più completi e strutturati. Come quello del noleggio, ad esempio, attività che dovrà essere intensificata, incremen-



ANDREA PETTE, "ITALY MANAGER CONSTRUCTION MACHINERY" DI KUBOTA EUROPE

za il concessionario, ha una grande "fame" di macchine; il mercato è effervescente e dimostrazione ne è il fatto che Kubota Europe sta già lavorando sugli ordini in vista del 2023. Sappiamo tutti le problematiche di attualità, quelle legate alle consegne: per questo motivo il costruttore sta riorganizzando i propri impianti produttivi a livello globale, per poter far sì che il mercato benefici di una maggiore disponibilità di mezzi e che le capacità dei vari siti, così ottimizzati, raggiungano livelli di produzione ancora più elevati. Di questo beneficerà anche il mercato italiano, che vedrà l'introduzione di ulteriori nuovi modelli nel corso del 2023. ■



IL "DEALER MEETING 2022" ORGANIZZATO DA KUBOTA EUROPE HA AVUTO LO SCOPO DI RIUNIRE GLI ATTUALI 44 CONCESSIONARI ITALIANI DELL'AZIENDA, PROVENIENTI DA TUTTO IL TERRITORIO NAZIONALE

“ SE VUOI ANDARE VELOCE CORRI DA SOLO; SE VUOI ANDARE LONTANO VAI INSIEME A QUALCUNO ”

(proverbio africano)

tando le flotte messe a disposizione dei clienti e i relativi strumenti commerciali e finanziari di supporto. Dal meeting è emerso inoltre un dato significativo: il mercato, e di conseguen-