



Andrea auf Dem Brinke,  
ceo di Brinke Bikes

## Brinke

**1** Sono convinto che competere con le “vendite selvagge” su internet non sia possibile, va inoltre considerato che il fenomeno delle vendite on line è in costante crescita in tutti i settori, dobbiamo per tanto imparare a far convivere i canali tradizionali con quelli digitali. Tuttavia i negozi “fisici” hanno un grande vantaggio rispetto ai venditori online, ossia la possibilità di offrire un servizio, non limitandosi a vendere un prodotto bensì proponendo soluzioni ed esprimendo così

vicinanza ai propri clienti, non solo fisica. Questo valore aggiunto per un prodotto come la bici e ancor più come la bici elettrica, è assolutamente fondamentale”.

**2** La richiesta di programmi di acquisto è purtroppo inevitabile al fine di avere una programmazione il più possibile realistica, perché la produzione richiede tempi molto lunghi (talvolta anche oltre i sei mesi). Tuttavia, noi di Brinke proponiamo programmi assolutamente sostenibili, garantendo ottime marginalità e prevedendo comunque sempre uno stock extra per garantire le forniture nel periodo di picco stagionale delle vendite.

**3** In Brinke anche per il 2019 abbiamo attuato un piano di comunicazione, su base na-

zionale che fonda sull’uso integrato di strumenti differenti, quali ufficio stampa, attività social, SEO, Adwords, test bike, partnership con atleti e/o blogger e partnership con strutture turistiche etc. Ne discende che l’attività di comunicazione Brinke, volta non solo a far conoscere i vantaggi derivanti dallo scegliere le nostre eBike ma anche a sensibilizzare sulla mobilità elettrica e su uno stile di vita green, viene sviluppata indifferentemente su tutta la penisola.

**4** Riserviamo grande attenzione ai nostri rivenditori, garantendo sempre a ciascuno risposte tempestive, oltre a sviluppare un vero rapporto di partnership. In termini di supporto garantiamo un servizio di assistenza e affiancamento, reputiamo fondamentale mettere a loro disposizione lo strumento della formazione, sia attraverso la nostra rete vendita, sia attraverso l’organizzazione di corsi tecnici con Shimano. Inoltre forniamo visibilità nazionale e sosteniamo eventi o iniziative organizzate dal singolo negozio (test bike, partecipazione e manifestazioni locali etc...) sia attraverso attività di comunicazione social, infine attraverso l’affiancamento da parte dei nostri venditori agli eventi. Sosteniamo la visibilità di ogni nostro punto vendita anche attraverso la corretta indicizzazione del nostro sito internet che ha una pagina interamente dedicata ai rivenditori, costantemente aggiornata, e attraverso i comunicati stampa di prodotto, nei quali vengono sempre richiamati. Infine, forniamo ogni anno materiale pop aggiornato per ciascun negozio”.