



NTN-SNR STRUCTURE SON DÉPARTEMENT MARKETING POUR DYNAMISER SON ACTIVITÉ

Face à une année tourmentée, les équipes NTN-SNR ont su créer une dynamique positive reflétée sur le marché par la mise à disposition de nouvelles références venant enrichir l'offre de l'équipementier. Loin de s'arrêter là, le leader mondial structure son département marketing afin de poursuivre le développement de ses gammes et ainsi atteindre les objectifs fixés pour l'année à venir.

DES EXTENSIONS DE GAMME QUI SE POURSUIVront EN 2021

Malgré le contexte sanitaire actuel qui impacte l'économie mondiale depuis mars dernier, l'ensemble des équipes NTN-SNR a contribué au lancement sur le marché d'extensions de gammes de produits. De nouvelles références sont notamment venues compléter les gammes Roue, Suspension, Kits de transmission et Kits de distribution de l'équipementier. Le japonais a également axé son développement sur les gammes Transmission et Trucks qui connaissent aujourd'hui une belle évolution, permettant à NTN-SNR de conserver sa position de leader sur le marché de la rechange automobile.

« Suite à la recrudescence des véhicules SUV avec des usages mixtes, citadins et tout terrain, les transmissions sont de plus en plus sollicitées notamment dans certains pays où les conditions de route ne sont pas optimales. NTN-SNR a donc employé son savoir-faire de fabricant en Europe et au Japon pour concevoir des pièces plus résistantes. Grâce aux compétences acquises nous avons développé une véritable légitimité sur certaines pièces spécifiques aux poids lourds. C'est pourquoi, face à un parc PL européen conséquent en Europe nous avons travaillé cette année en étroite collaboration avec les professionnels afin d'étendre notre gamme Trucks en commençant par la mise à disposition des références les plus attendues » explique Romain Petellaz, Chef de produit Truck & Transmissions.

En s'appuyant sur cette belle dynamique et une réelle volonté de répondre aux besoins du marché, NTN-SNR compte poursuivre le développement de

l'ensemble de ses gammes l'année prochaine. Un fort accent sera mis sur le pôle Transmission et sur les extensions de pièces de distribution moteur à travers notamment des Kits de distribution avec pompe à eau et des Accessoires de distribution avec l'ambitieux objectif d'une croissance de + 50 %. Les efforts seront également maintenus sur les gammes Roue et Suspension dont l'équipementier compte bien doubler le nombre d'extension en 2021. Soucieux de mettre toutes les chances de son côté pour atteindre ses objectifs, l'équipementier structure son service Marketing afin de renforcer les équipes.

NOMINATION DE NICOLAS DELAIN

En poste depuis le 12 octobre dernier, Nicolas DELAIN a débuté sa carrière chez ZF où il développe une véritable appétence pour le monde industriel automobile et technique en tant que Chef de produit. Grâce à cette première expérience en rechange automobile, il exercera pendant plus de 10 ans chez différents équipementiers automobiles tels que Valeo ou encore Hella qui lui ont permis d'appréhender l'environnement marketing. Conscient de la nécessité d'une collaboration étroite avec le terrain pour mettre en place des stratégies de gestion et de développement de gammes pertinentes, son parcours l'amène aujourd'hui à rejoindre l'équipe de NTN-SNR en tant que Chef de groupe marketing produit.



À ce nouveau poste, dont la création démontre la volonté de NTN-SNR de consolider les équipes malgré le contexte économique actuel, Nicolas DELAIN supervisera les chefs de produits des différentes gammes du groupe et reportera directement à Amélie Paviet, Responsable marketing EMEA. Il aura pour objectifs de mettre en œuvre la vision stratégique du groupe au travers de la gestion opérationnelle des développements produits en accord avec la demande terrain afin qu'NTN-SNR reste réactif sur le marché.

« Je suis ravi d'intégrer un groupe tel que NTN-SNR. Face au monde de l'automobile en constante mutation, il est primordial de s'adapter et de se renouveler pour conserver sa position de leader. Je compte bien mettre mon expérience à profit pour endosser ces nouvelles responsabilités et participer à l'évolution du groupe sur le marché de la rechange, » indique Nicolas DELAIN, Chef de groupe marketing produit.