

→ STRATEGIE DI MARKETING PER LA RUSSIA

La presenza diretta di Thermoplay alla fiera Interplastica di Mosca è arrivata oramai alla quarta edizione. La presenza e partecipazione costante negli ultimi anni ha permesso di accrescere ulteriormente la conoscenza sul grande mercato Russo.

Thermoplay si avvale ormai da alcuni anni di un agente rappresentante AB Universal che segue direttamente la vendita e l'assistenza dei prodotti in Russia. E' stato anche inserito nell'organico personale di lingua russa per facilitare i contatti e i rapporti esistenti con grandi gruppi anche nelle Repubbliche dell'ex Unione Sovietica e personale tecnico qualificato che si muove frequentemente sul mercato russo. Oggi il nome Thermoplay e i suoi prodotti nel mercato russo sono conosciuti come sinonimo di qualità ed effi-

**Componente di una mensola
di frigorifero prodotta
con tecnologia Thermoplay**

cienza. In questi ultimi anni è stato notato un crescente interesse verso le nuove tecnologie del settore e la volontà di fare il salto tecnologico verso l'uso dei canali caldi di ultima generazione.

Per contro ci sono clienti che utilizzano ancora sistemi di vecchia tecnologia, alcuni stampano ancora con i sistemi a canale freddo (o a materozza). La flessibilità dei sistemi e il servizio di consulenza Thermoplay permettono di far fronte alle diverse esigenze di stampaggio. La formazione continua ai tecnici delle aziende visitate è indispensabile. Il mercato è



grandissimo e ci sono molte aziende che iniziano a sviluppare progetti in casa, mentre prima si appoggiavano ad aziende europee, principalmente italiane, tedesche e della Slovenia. La clientela è molto diversificata: end user, stampatori e stampisti.

Attualmente i settori dove si riscontra una crescita delle applicazioni dei nostri prodotti sono l'automotive, il packaging, il cosmetico, gli elettrodomestici.

Thermoplay ha intenzione di continuare ad investire nel mercato della Russia e dei Paesi delle ex Repubbliche sovietiche, attraverso le campagne pubblicitarie sulle riviste locali, gli strumenti di vendita come documentazione e catalogo in lingua Russa e l'assistenza tecnica in locale con il proprio agente di zona, la AB Universal di Mosca. All'Interplastica 2009 sarà presente con uno stand in compartecipazione con l'agente.