



FAIZ AHMAD, NUEVO VICEPRESIDENTE DE CASE "HAY QUE CENTRARSE EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE"



CASE avanza con energías renovadas y tiene todas las bazas para registrar un rápido crecimiento en volumen de ventas en España gracias a su reciente éxito en la introducción de nuevos modelos, desde las excavadoras de cadenas CX serie B, hasta la gama de la serie E de cargadoras de ruedas. También es importante la incorporación, a principios de este mismo año, de Faiz Ahmad, nuevo vicepresidente de CASE para Europa, África y Oriente Medio, un hombre decidido a ensalzar la

reputación de CASE en cuanto a rendimiento, fiabilidad y productividad.

El Sr. Ahmad aporta una gran riqueza de experiencias procedentes de distintos sectores e industrias, lo que redundará en la expansión y el futuro desarrollo de la marca CASE.

¿Cuál ha sido su prioridad al llegar a la vicepresidencia de CASE?

La primera tarea ha sido estabilizar y revitalizar la organización de CASE, un proceso que ya ha empezado y que muestra un claro avance. Hemos puesto en marcha una estructura de desarrollo destinada a brindar soporte a los distribuidores y lograr una mayor rentabilidad. Esto implica separar Europa de África, Oriente Medio y el área CEI (Comunidad de Estados Independientes) y poner a distintas personas al mando de cada territorio. También incluye supervisar cada trimestre los resultados junto con los distribuidores y mantener una relación más cercana entre el fabricante y el distribuidor.

El distribuidor tiene que sentir que nos centramos en su negocio, y no sólo en incrementar el volumen. Asimismo CNH Capital está ocupando actualmente una parte fundamental de nuestro trabajo. Está teniendo un comportamiento ejemplar, especialmente desde el punto de vista financiero, aunque aún nos queda mucho por hacer.

¿Cuáles son las ventajas competitivas de CASE, en su opinión?

Sin lugar a dudas destacaría dos: el magnífico equipo humano y su completa gama de productos, que es la mejor gama que hemos tenido hasta el momento.

¿Qué objetivos de ventas se han marcado para el corto y medio plazo?

Quiero que seamos la clara alternativa al mejor jugador de cada sector y que para el 2010 nuestra cuota de mercado haya experimentado un fuerte y sólido crecimiento. En cuanto al futuro más próximo, prevemos un incremento de ventas en la región de más del 30% para 2007.

¿Cómo ve los mercados en los que CASE se mueve actualmente?

En general, el mercado de la maquinaria está creciendo alrededor de un 30%; el volumen de CASE se está aproximando al 50%, aunque se han alcanzado márgenes más altos.

¿Abordará CASE el mercado de alquiler?

No tengo intención de seguir a otros fabricantes en el mercado de alquiler, creo que, en general, supone un gran error mezclar alquiler y venta.

En cuanto al refuerzo de la marca ¿tiene alguna estrategia nueva?

No queremos que sea el precio lo que determine nuestra estrategia, sino que sea la atención al cliente la que dirija nuestros esfuerzos. Tenemos muchos años de experiencia, una tradición de maquinaria excelente que se remonta a más de 150 años y tenemos los mejores productos. Gracias al apoyo de nuestros distribuidores la marca va a lograr un importante crecimiento.

¿En qué se basa la fortaleza de CASE en España?

En España los clientes de CASE cuentan con el apoyo constante de una profesional Red de Distribuidores y un excelente Servicio Post-Venta, un ejemplo a seguir para el resto de nuestras redes a nivel europeo. Consideramos a nuestra Red como una prolongación de CASE. Compartimos con ellos confianza, compromiso y les brindamos todo nuestro apoyo para satisfacer al máximo las necesidades del cliente final.