**”Våra möjligheter saknar gränser”**

Salvatore Coniglio om tillväxtstrategin för LIQUI MOLY

**Juli 2018 – I hans hemland Tyskland anses LIQUI MOLY vara det bästa oljemärket och har en betydande marknadsandel.** **Denna framgång vill företaget även uppnå utomlands.** **Den nya exportchefen Salvatore Coniglio förklarar hur det ska gå till och hur eftermarknaden inom bilbranschen håller på att förändras.**

**Hur ser försäljningsmodellen för LIQUI MOLY ut när det gäller export?**

Salvatore Coniglio: ”Vi samarbetar mycket framgångsrikt med lokala importörer. Det är de som kan sin marknad bäst och känner till de speciella förutsättningar som gäller där. Denna lokalkännedom är till mycket stor hjälp. I motsats till andra märken, som styr sina samarbetspartners hårt när det gäller marknadsförings- och försäljningsmodell, ger vi medvetet våra importörer stor handlingsfrihet. Det är bara i Nordamerika, på Iberiska halvön och i Sydafrika som vi sköter försäljningen själva.”

**Hur förändras den internationella försäljningen?**

Salvatore Coniglio: ”International Trading Groups blir allt viktigare. Det passar oss utmärkt, eftersom vi har samarbetat nära med dem i många år. Dessutom ser vi en utpräglad koncentrationsprocess inom grossisthandeln. LKQ och Genuine Parts Company är bara två av de mest framstående namnen. Allt detta leder till en ökad uppluckring av handelns gränser. Nationella stater har inte längre samma betydelse som avgränsade försäljningsregioner som de hade för bara tio år sedan. Det påverkar sortimentsammansättning och prispolitik.”

**Allting blir hela tiden större, även de flesta konkurrenter är multinationella koncerner.** **Hur kan ett relativt litet företag som LIQUI MOLY hävda sig i den miljön?**

Salvatore Coniglio: ”Hur kunde David vinna över Goliat? Storlek är inte allt. Vi försöker vara bättre än de andra: bättre service, mer flexibilitet, mer individuella koncept. Hos LIQUI MOLY får man inte bara motoroljor och tillsatser ”made in Germany”, utan dessutom ett komplett service- och marknadsföringspaket kring produkterna. Det är detta mervärde som gör att många kunder väljer oss.”

**Hur ser den fortsatta tillväxten på exportsidan ut?**

Salvatore Coniglio: ”Ryssland är traditionellt sett vår viktigaste exportmarknad. Där är vi redan mycket starka. Fokus för fortsatt tillväxt ligger naturligtvis på länder med störst omsättningspotential. Globalt sett är det USA, Kina och Indien, där det finns fantastiska möjligheter för oss. I Europa vill vi öka ordentligt i Italien, Storbritannien och Spanien. Men vi satsar även på små länder som en del konkurrenter åsidosätter. Seychellerna, till exempel, eller Nya Kaledonien. På produktsidan vill vi utöka sortimentet rejält i varje land. Och förutom vår viktigaste inriktning mot bilbranschen vill vi även erövra segmenten för motorcyklar, nyttofordon och marin. Totalt sett finns det så många angreppspunkter att våra möjligheter saknar gränser.”

**Om LIQUI MOLY**

Med omkring 4.000 olika artiklar erbjuder LIQUI MOLY ett unikt sortiment av bilvårdsprodukter: motoroljor och tillsatser, fetter och pastor, sprejer och rengöringsmedel, lim och tätningsmedel. LIQUI MOLY, som grundades 1957, utvecklar och tillverkar alla sina produkter i Tyskland. På hemmamarknaden är företaget obestridd marknadsledare på tillsatser och har utsetts till bästa oljemärke upprepade gånger. LIQUI MOLY säljer sina produkter i fler än 120 länder. 2017 låg omsättningen på 532 miljoner euro.

**För ytterligare information, kontakta:**

Peter Szarafinski

Jerg-Wieland-Str. 4

89081 Ulm-Lehr

Tyskland

Tel.: +49 7 31/14 20 189

Fax: +49 7 31/14 20 82

Peter.Szarafinski@liqui-moly.de