



Siéntela, vívela, manéjala.

Mercado

ITALIKA es una empresa 100% mexicana que pertenece a Grupo Salinas. La compañía se ha especializado en la comercialización de una amplia gama de motocicletas de baja cilindrada, a precios accesibles para toda la población, y con base en los siguientes pilares: los distribuidores, el financiamiento de Banco Azteca, el control de calidad, el desarrollo de producto y los diseños innovadores; la Ensambladora *ITALIKA*, la atención al cliente y el respaldo a través de Refacciones y Centros de Servicio certificados, lo que proporciona a los clientes, como resultado, un sentimiento de libertad y eficiencia.

Muy pronto, en el año 2008, la firma inauguró Ensambladora *ITALIKA* en el Parque Industrial Toluca 2000, mientras ampliaba, en el 2009, su red de distribución mediante sus propias agencias y concesionarias exclusivas de la marca. Como muchos recuerdan, en el año 2010 los productos aparecieron en dos cadenas de autoservicio, una con alcance nacional, Chedraui, y otra internacional, en Walmart.

La empresa celebró en el año 2011 un notable acontecimiento: consiguió vender 1 millón de Italikas en México. Un año más tarde, en el 2012, finalmente pudo introducir sus productos en otras cadenas de autoservicios y tiendas departamentales, como Comercial Mexicana, Soriana,



Producto

En la actualidad, la firma cuenta con una gama de productos de más de 50 modelos, en las categorías de trabajo, urbanas, motonetas, deportivas, semiautomáticas, doble propósito, cuatrimotos, *chopper* y productos infantiles, que van desde 70cc hasta 250cc, lo cual permite llegar a clientes con diferentes necesidades y cumplir sus expectativas al brindarles el respaldo de la marca con dos años de garantía, o 20,000 km, en todos los modelos.

Asimismo, proporcionan soporte a todos sus clientes a través del call center, con el 01800 *ITALIKA*, además, disponibilidad de refacciones, cursos de manejo, casco de regalo en todas las Italikas, manuales de usuario de cada modelo, Centros de Servicio *ITALIKA* (CESIT) y comunicación continua con nuestros usuarios a través de las redes sociales para dar a conocer tips de seguridad y temas de interés en la comunidad que se ha formado.



Casa Ley, Best Buy, Liverpool, Sam's; y ese año, además, se impuso como la marca líder en México, con el 68% de participación.

Posteriormente, con la consolidación del liderazgo de *ITALIKA* en México, en el año 2013 aparecieron nuevos competidores, replicando el esquema de negocio, lo cual impulsó a la empresa a desarrollar nuevos productos y estrategias comerciales inteligentes para re-posicionarse como la mejor opción de la categoría (costo/beneficio).

En el 2014, antes de lo imaginado, se alcanzó la anhelada meta de registrar 2 millones de Italikas vendidas.



Historia

A finales de 2004, *ITALIKA* comenzó a comercializar motocicletas en México a través de las tiendas Elektra. Más adelante, en el año 2006, se consolidó la red con los Centros de Servicio certificados por *ITALIKA* en toda la República Mexicana.

Al año siguiente, en el 2007, *ITALIKA* penetró en nuevos mercados de Latinoamérica, en particular, en Perú, Honduras y Guatemala. En ese mismo año, el almacén de refacciones se instaló en Toluca, para dar respuesta a la exitosa demanda nacional.



LINEA Z



Logros

Liderazgo en el mercado mexicano en tres años, y prácticamente sin quitar participación a otras marcas, sino creciendo/evolucionando el mercado de motocicletas en el país.

Introducir la motocicleta como una opción de transporte eficiente en toda la República Mexicana, desde poblaciones pequeñas hasta urbes, proporciona, de entrada, una solución conveniente para enfrentar las deficiencias del medio de transporte público y le da la vuelta al tráfico en ciudades saturadas de automóviles.

Otro logro es institucionalizar la red de servicio *ITALIKA* a través de Centros de Servicio certificados y auditados por la empresa. Se ha podido estandarizar la imagen, normar los procedimientos en



cada taller y alcanzar altos estándares de calidad en el servicio post-venta. *ITALIKA* no sólo es una marca dedicada a la venta de vehículos motorizados, sino que también es un gran aliado para aquellas personas con mente emprendedora que han decidido tener su propio negocio.

Desarrollos Recientes

La firma desarrolla sin reposo nuevos modelos para cumplir con las expectativas de su mercado meta. De hecho, siempre mantiene en mente su misión (la accesibilidad, la eficiencia, la confiabilidad) y busca innovar en diseño, desempeño y funcionalidad, al ofrecer una amplia gama de productos que siempre los mantienen competitivos. Es la única marca en México y Latinoamérica que cuenta con ensambladora, cuya capacidad de producción anual es de 600 mil unidades, con altos estándares de calidad.



Promoción

En *ITALIKA*, con más de 2 millones de clientes en México y Latinoamérica, se emplean diferentes herramientas para dar a conocer los productos -y su respaldo- a través de medios masivos, redes sociales y numerosos puntos de venta con diferentes cadenas de retail. Con ello logra una distribución intensiva que alcanza a personas de cualquier nivel socioeconómico, con diferentes necesidades y en cualquier lugar de la República. Eso es lo que le ha permitido posicionarse como marca. A finales del año 2014 decidieron lanzar el siguiente eslogan (con base en la retro-alimentación de los clientes), como pivote de la estrategia de comunicación: “Con *ITALIKA* puedes hacer más”.

Valores

ITALIKA, en virtud de sus buenas prácticas y su compromiso con la sociedad, con sus clientes y con el medio ambiente, fue reconocida con el distintivo de Empresa Socialmente Responsable, otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), el 5 de mayo del año en curso.

La Responsabilidad Social Empresarial se define con el compromiso público que hace *ITALIKA* en cuatro ámbitos estratégicos: 1) Calidad de vida de sus colaboradores, 2) Cuidado y preservación del medio ambiente, 3) Vinculación con la comunidad y, 4) Gestión Ética.



italika.mx



Cosas que usted no sabía sobre *ITALIKA*

- Comenzó a operar en 2004, y en menos de tres años alcanzó el liderazgo del mercado, con 50% de participación, superando a una marca de origen japonés que anteriormente poseía el liderazgo en México.
- El récord de italikas vendidas en una semana a lo largo de la historia de la marca es de 21,975 unidades.
- La firma cuenta con la gama de motocicletas de baja cilindrada más amplia de México. Al cierre de 2015 lanzará al mercado mexicano un total de 23 nuevos modelos de diferentes categorías.
- En México distribuye los productos a través de 14 cadenas de retail en más de 3,500 puntos de venta alrededor de la República Mexicana.
- Cuenta con más de 790 talleres de servicio certificados en México y América Latina.

