

Reunión anual Grupo KYMCO

Ko: “El modelo español de *flagship* propio, único en el sector, permite sumar valor al cliente y a la marca”

- El presidente de KYMCO España, Ernesto Ko, presenta la estrategia de expansión de tienda propia de KYMCO España a la cúpula directiva asiática y europea de la marca, reunida por primera vez en Madrid.
- La reunión anual Asia-Europa se ha trasladado este año de Luxemburgo, donde se ha celebrado en los últimos años, a España, para conocer de primera mano dicho modelo de negocio.
- Allen Ko, presidente de Grupo KYMCO, visita el primer *showroom* KYMCO de Madrid, en plena ‘milla de oro’ (c/ Príncipe de Vergara, 37).

Madrid, 11 de septiembre. El presidente de KYMCO España, **Ernesto Ko**, ha presentado la estrategia rentable del nuevo **modelo de negocio** que ha puesto en marcha la marca en España de manera inédita en el sector, durante la **cumbre anual de KYMCO que se celebra por primera vez en España** los días 10 y 11 de septiembre y reúne a los máximos directivos de la matriz taiwanesa y de todas las delegaciones europeas de la marca. Dicha reunión, en la que se tratan temas de estrategia de futuro de empresa y de mercado, se ha trasladado por primera vez fuera de Luxemburgo, a España, atraídos por conocer dicho modelo de negocio que, en estos momentos, es de especial relevancia en el contexto actual de debate global sobre la movilidad urbana, el nuevo diseño de las ciudades y la transformación de los negocios transaccionales.

Ko ha destacado la apuesta de la marca española por **implantar tiendas propias en los mercados de mayor volumen**, como son Barcelona, Madrid y Valencia, con el objetivo de captar un mayor conocimiento del cliente y de seguir aportándole un mayor valor, así como seguir sumando valor para la marca. *“El modelo de negocio de tienda propia nos permite ser más eficientes; el conocimiento del cliente final tan directo y próximo nos está favoreciendo en aportar día a día más valor a la marca y a los usuarios”*, ha subrayado Ko durante la reunión de altos directivos del fabricante de motocicletas entre los que se encuentran el presidente **Allen Ko**; consejero delegado, Chun-Ping Ko; director general de fabricación Danny Wang; director general de mercado exterior, Leon Wu; director general de I+D, Wen Yuan Hsu; director general de calidad, Chih-Lang Wang; presidente de KYMCO China, Chih-Cheng Lee, entre otros.

Ko ha destacado además que todo el conocimiento que ha ido adquiriendo la marca desde su puesta en marcha en 2016, en Barcelona, primer mercado de las dos ruedas, lo ha ido transmitiendo a la red comercial y a los más de 1.000 puntos de venta oficial KYMCO con el fin de crear una cultura KYMCO y uniformidad en lo que respecta a los valores de empresa. *“En KYMCO España nos hemos esforzado por crear la red más eficiente del sector y en ofrecer el servicio posventa más inmediato y de mayor calidad del mercado, y esos valores de perseverancia y trabajo los hemos ido inculcando en todos los concesionarios oficiales de España”*, ha añadido.

El presidente del Grupo KYMCO, **Allen Ko**, ha visitado la primera tienda propia de KYMCO en Madrid, situada en plena Milla de Oro, abierta el pasado mes de marzo, y ha felicitado al equipo de KYMCO España por la iniciativa innovadora y el espíritu impulsor de marca que lo avala.

El proyecto de tienda propia de KYMCO engloba las *flagships* de Barcelona (KYMCO BCN, dos tiendas, 2016, c/ Entença 79 y 101); Madrid (KYMCO Madrid, Príncipe de Vergara 37, 2019) y Valencia (KYMCO VLC, en la arteria comercial de la ciudad, Avenida del Cid, 35, 2019). Entre todos suman 3.220 metros cuadrados, 40 empleos nuevos, 4 millones de inversión inicial y 2,5 millones de costes fijos

Sobre KYMCO España

Primera marca de movilidad urbana, especializada en la comercialización de scooters (cuota del 18,5%, 2018). Se fundó en 1994 en Madrid bajo la directriz de un plan de crecimiento a largo plazo basado fundamentalmente en la creación de una red de distribución sólida, eficiente y rentable, y en la comercialización de una gama de gran calidad, innovadora, muy competitiva y de valor para el cliente final. Las ventas de KYMCO España se dirigen exclusivamente al canal Particular. Aunque Empresas y Renting son los canales de mayor volumen de ventas por bloque, la marca confía en el canal de consumo privado, que aporta mayor rentabilidad para la red (60 concesionarios y 1.400 agentes). El principal baluarte de la marca es el servicio de posventa, que ha consolidado un sistema inédito de gestión de recambios con una plataforma electrónica propia que permite ofrecer un servicio directo e inmediato (24 h) de suministro de repuestos a más de 1.000 puntos de venta en España. Hace dos años, la marca inició su transformación digital, y desde entonces la operativa en la red se produce en un entorno totalmente digital e APP y tabletas electrónicas. KYMCO España se encuentra en constante evolución y desarrollo de nuevos productos y negocios que aportan soluciones de movilidad urbana y de valor a todos sus clientes, en el centro de todas sus decisiones.

KYMCO España es parte del **Grupo KYMCO** (Kwang Yang Motor Company) fundado en 1963 en Kaohsiung, la segunda ciudad más grande de Taiwán. KYMCO desarrolla y fabrica motores, chasis y componentes y está presente en el mercado de ciclomotores, motocicletas, scooters, ATV'S, vehículos propulsados por gas, scooters eléctricos, sillas de ruedas motorizadas y bicicletas eléctricas. El grupo comercializa sus vehículos a 102 países de los cinco continentes y lleva más de 30 años exportándolos fuera de Asia. En Taiwán, KYMCO lidera el mercado desde hace más de 17 años con 3.600 concesionarios. En Europa, KYMCO disfruta de una posición de mercado significativa cuyos ingresos representan más del 50% de las ventas totales del grupo en el exterior. KYMCO es líder en el mercado de scooters en España. Su presidente Allen Ko ha puesto en marcha un plan de crecimiento basado en producir vehículos capaces de ganarse el corazón de todos los usuarios (*Win My Heart*) y para ello confía en los valores de la compañía (Distinción, Orgullo y Perseverancia).