

ADVEXPRESS

Novembre 2005

EPTA Sviluppo di una gamma innovativa

DANIELE MARONGIU

Sales and Marketing Director

"Per Epta è stato ed è importante mettere in atto politiche di specializzazione e di differenziazione dell'offerta commerciale che si traducono in diversi interventi: specializzazione nel core business per ottenere la migliore proposta tecnico/economica nel settore del "freddo commerciale"; sviluppo di concetti di merchandising attraenti per i consumatori, vale a dire una grande attenzione al look, all'ergonomia e alla massima valorizzazione dei prodotti esposti; differenziazione e sviluppo di una gamma innovativa che permetta il forte contenimento dei costi energetici, tema oggi particolarmente sentito in considerazione dell'andamento del prezzo del petrolio e quindi dell'energia; semplificazione delle tecniche di montaggio per le scaffalature e conseguente riduzione dei costi di installazione".

In quale settore compete Epta?

Il nostro gruppo compete come leader euro-

peo in un mercato divenuto globale nel campo della produzione, commercializzazione ed installazione di banchi refrigerati, sistemi di refrigerazione e scaffalature per l'arredamento dei punti vendita come ipermercati, supermercati, superette.



La vostra strategia vincente?

Grazie alle caratteristiche tecnico/funzionali dei nostri prodotti e alla flessibilità nel soddisfare bisogni dei nostri clienti, Epta si propone come partner preferenziale della GDO. Inoltre, è stato decisivo il presidio territoriale: la capillarità della nostra presenza in Europa ci ha permesso di conquistare la leadership e di soddisfare anche la distribuzione locale con una politica di differenziazione di brand nei diversi segmenti del mercato.