

Les trois piliers stratégiques de Royal Canin

Pour Royal Canin, seuls des spécialistes (éleveurs, vétérinaires ainsi que les points de vente spécialisés) peuvent transmettre à l'utilisateur les informations concernant une alimentation saine en liaison avec le conseil et le service correspondants.

Points de vente spécialisés



Choix-Prix-Service: la trilogie consumériste de l'homme moderne

Seul le détaillant spécialisé peut offrir un vrai choix au consommateur, lui proposer une véritable gamme de prix et de services. Seul le détaillant spécialisé réunit conseil, service, spécialisation et disponibilité. C'est ici que nous trouvons la trilogie consumériste.

Partenariat avec l'éleveur

Lors de la formulation des produits alimentaires, Royal Canin travaille en étroite collaboration avec les éleveurs afin de pouvoir étudier les types de comportements alimentaires spécifiques des chiens et des chats. Royal Canin a toujours été conscient du rôle important joué par les éleveurs dans la commercialisation des produits. Lorsqu'il va vendre un petit chien ou un petit chat, l'éleveur va naturellement conseiller au nouveau propriétaire les aliments qu'il a déjà donnés lors de l'élevage.

Le vétérinaire au centre de la stratégie

Royal Canin accorde une grande importance aux attentes des vétérinaires. En dehors de la réaction nécessaire aux exigences physiologiques ou nutritionnelles spécifiques, les produits destinés aux vétérinaires doivent d'abord avoir pour but d'apporter un soutien quotidien au praticien dans l'exercice de sa profession.

Royal Canin a développé des offres spéciales exclusives pour chacun de ces trois circuits de distribution pour pouvoir réagir de la façon la plus précise possible aux besoins de chaque clientèle.