

I tre pilastri strategici di Royal Canin

Per Royal Canin solamente gli operatori del settore (allevatori, veterinari e commercianti specializzati) sono in grado di offrire ai consumatori le informazioni giuste per una sana alimentazione dei loro animali insieme ad una consulenza ed un servizio adeguati.



Scelta, prezzi e servizio: la trilogia del mondo consumistico moderno

Solo i commercianti specializzati possono offrire ai consumatori numerose possibilità di scelta così come un ampio ventaglio di prezzi e prodotti. Solo i commercianti specializzati possono offrire allo stesso tempo consulenza, servizi, competenza e disponibilità. È qui che troviamo riunita la trilogia del mondo consumistico.

Rapporti di collaborazione con gli allevatori

Royal Canin produce alimenti per animali collaborando a stretto contatto con gli allevatori e può così analizzare gli specifici modelli comportamentali alimentari di cani e gatti. Royal Canin ha sempre riconosciuto l'importanza del ruolo svolto dagli allevatori nella commercializzazione dei prodotti. A coloro che acquistano un cucciolo di cane o di gatto l'allevatore consiglierà lo stesso mangime da lui utilizzato nell'allevamento.

Il veterinario: il fulcro della strategia aziendale

Soddisfare le aspettative dei veterinari rappresenta una delle principali prerogative di Royal Canin. A prescindere dalla risposta che deve essere data ai bisogni fisiologici ed alimentari, i prodotti destinati ai veterinari devono innanzitutto supportare questi specialisti nello svolgimento quotidiano della loro professione.

Royal Canin ha messo a punto delle linee di prodotti speciali ed esclusive per ciascuno di questi tre canali di distribuzione al fine di rispondere in modo mirato alle esigenze dei rispettivi clienti.