

Levantina Group redobla su firme decisión de crecer en el canal de cocina y baños

Levantina Group, la multinacional española, líder en el sector de la piedra, redobla su apuesta en el canal de cocina y baños con dos estrategias que está desarrollando en paralelo. En primer lugar, se están ampliando la oferta de revestimientos con distintas colecciones y por otro, se está produciendo un acercamiento tanto para clientes profesionales como para particulares. El objetivo final es crecer notablemente en sus principales mercados: Europa, Estados Unidos y Middle East

Uno de los epicentros de ese crecimiento es, sin duda, la apuesta decidida del grupo por uno de sus baluartes: Naturamia®, una colección de piedra original única y exclusiva, para encimeras, baños y revestimientos, que, a día de hoy, se posiciona como una marca referente en la creación de espacios, inspiradores y evocadores. Siendo un ejemplo de valor añadido ,tanto para el cliente particular como los profesionales del sector. El otro factor diferencial del grupo en el canal de cocinas, más en concreto en el de encimeras, es la marca Techlam®, pionera desde el 2007 en piedra sinterizada de alta gama, que es sinónimo de sostenibilidad, versatilidad e innovación.

Ambas firmas, se están encargando de dar un nuevo enfoque al canal de cocina y baños a través del desarrollo de nuevas colecciones y revestimientos. Tanto Naturamia® como Techlam® "se complementan", explica Sebastián Fullana Verdera, director ejecutivo del área de Kitchen & Bath en Levantina Group. Fullana entiende que cada marca "atiende a un público objetivo diferente, con unas necesidades distintas. Tenemos un cliente muy fiel a Naturamia®, a la vez que hay un nuevo cliente, con una demanda creciente, que en algunas ocasiones opta por Techlam® y, en otras por Naturamia®. Son dos marcas que conviven a la perfección".

Esa complementariedad, de la que habla Sebastián Fullana, se puede apreciar más convenientemente cuando se ven las colecciones de revestimientos de ambas marcas, de tal manera que están permitiendo al grupo ampliar su oferta de acabados para el canal de cocina y baño, sin canibalizar los modelos, lo que solo es posible gracias a la innovación de Levantina y de sus nuevas apuestas. Una de esas innovaciones es Mediterranean Stone, una de las propuestas estrella del grupo que conjuga a la vez el toque natural con el sofisticado, lo que la convierte en una de las colecciones favoritas para los amantes de la arquitectura mediterránea. Por otro lado, el grupo también está trabajando para presentar próximamente una nueva selección de mármoles.

Pero ampliar la gama de productos y/o el valor añadido del grupo en la cadena de suministro no es siempre suficiente en un sector tan exigente. También se necesita un mayor contacto con el cliente, un trato de cercanía en el que Levantina Group lleva trabajando ya desde hace muchos años.

"Tanto la encimera como los revestimientos de gran formato, se han convertido en protagonistas de los hogares. Son piezas que dan personalidad y singularidad. Se han transformado en un artículo de tendencia. La selección, exige tiempo y asesoramiento experto, además una marca potente que garantice la elección", explica Fullana acerca no solo del cambio de tendencia en el sector, sino

también del camino seguido por la compañía para dar la mejor respuesta al cliente.

Nuevo showroom en Barcelona

En este contexto de escuchar al cliente y adaptarse a sus necesidades, Levantina Group ha establecido una hoja de ruta que incluye la apertura de nuevos centros en núcleos urbanos de población. Un ejemplo de esa propuesta de valor es la apertura del nuevo showroom de Levantina Group en Barcelona, y con el que ya son 19 los Stone Center que Levantina tiene ya repartidos por todo el mundo. El espacio, ubicado en la localidad de Hospitalet de Llobregat, se ha abierto con la intención de acercar las soluciones de la marca a los clientes del área de Barcelona.

Dichos centros, además, no solo acercan las nuevas colecciones y soluciones de Levantina Group a sus clientes por su cercanía, sino también por las herramientas con las que cuentan dichos centros. Una de ellas, es una experiencia digital llamada 'Creative Kitchen' con el que el cliente puede interactuar para obtener un mejor conocimiento del producto que va a contratar, otro de esos nuevos elementos técnicos que se encuentran en los showrooms del grupo es el simulador Dressed Stone.

Datos de contacto:

Levantina Group
965609184

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Interiorismo](#) [Madrid](#) [Cataluña](#) [Hogar](#) [Otros Servicios](#) [Construcción](#) y [Materiales](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>