

El nuevo DANAVOX estará presente en ExpoAudio

[Multimedia](#)

DANAVOX va a estar presente en el próxima ExpoÓptica, y más concretamente en el espacio "Monta tu Gabinete" que tendrá lugar el sábado día 2 de 10:00 a 14:00 en el foro de ExpoAudio (9D15A)

DANAVOX resurge después de que Grupo GN escuchara a los profesionales del sector y entendiera que la coyuntura actual del mercado no favorece a la distribución independiente.

La tendencia a la concentración de marcas de los fabricantes y a la adquisición de competidores por parte de los grandes distribuidores es evidente. “Para los independientes, subsistir en este contexto es muy difícil. Es una lucha desigual. Por eso, para ellos, para empoderar a los independientes, hemos creado DANAVOX”, dice Alfonso Ríos, director comercial de Grupo GN.

Tras su puesta de largo en el último tramo de 2021, Grupo GN acerca el posicionamiento de la marca a la recuperada feria del sector, en la que la presencialidad será, sin duda, otro de sus grandes atractivos. Será allí donde los profesionales de la audiología puedan conocer la nueva DANAVOX, ahora una propuesta vibrante, con más colorido, joven, atrevida e incluso reivindicativa. “Sencillamente, es la marca de los independientes”, resume Ríos.

Con estos valores como punto de partida, DANAVOX ofrece a los independientes ventajas competitivas frente a grupos y cadenas.

La primera, es que sólo ellos pueden comercializar la marca. Pero hay mucho más. Los independientes que apuesten por DANAVOX tendrán también exclusividad territorial. En su área de influencia, los pacientes no van a poder encontrar ayuda auditiva de la marca en otro establecimiento, evitando con ello la peregrinación presupuestaria.

Además, el producto DANAVOX es el producto GN. Calidad, innovación, tecnología y el respaldo de un gran grupo están detrás de la marca.

DANAVOX se preocupa por cómo ayudar al profesional a crecer en su negocio. Para ello, le aporta todas las herramientas necesarias, como asesoría o campañas de marketing personalizadas.

Para ello, DANAVOX ha diseñado un plan de acción muy ambicioso que se va a desarrollar durante los doce meses del año, siempre con el foco puesto en el distribuidor. “Ellos son el centro. La marca pasa a un segundo plano, puesto que

todas las propuestas dan el protagonismo a los profesionales de la audición”, sigue el director.

La estrategia de la marca DANAVOX es omnicanal. Incluye acciones de marketing tradicional, para mejorar la experiencia del paciente en el punto de venta, pero también una importante presencia en los medios digitales.

Una de las grandes novedades de la marca es el proyecto danas, la moneda virtual de DANAVOX. Con él, la marca aprovisionará una cantidad de dinero por cada audífono vendido, de manera que el distribuidor podrá reinvertir ese importe en mejorar el resultado de su negocio como estime oportuno, eligiendo cualquiera de las opciones del catálogo de marketing de GN. “Es nuestra manera de demostrar que somos una marca que piensa en ellos. Una parte del beneficio lo revertimos en su crecimiento, algo que en este caso no es una frase hecha, sino una realidad”, termina el director.
