

Spezielle Herausforderungen brauchen spezielle Lösungen

So lautet einer der Grundgedanken der Salzburger ATT Drogerievertriebs GmbH, die kosmetische Produkte erzeugt und internationalen vertreibt.

Die ATT ist Spezialist im Bereich In-Vitro-Diagnostik für den Heimgebrauch und Insekten-Hautschutz auf natürlicher Basis. Spezielle Zahnpflegemittel, Kosmetika und innovative Nahrungsergänzungen runden das Sortiment ab, denn das Produktportfolio richtet sich stets nach den Bedürfnissen der Verbraucher.

Absolute Qualität im Produktionsprozess und in der Wahl der Rohstoffe in Verbindung mit Verantwortung der Umwelt gegenüber machen die ATT Drogerievertriebs GmbH europaweit zum gefragten Partner von innovativen Produktkonzepten. Durch das differenzierte Marketingprinzip werden individuelle Absatzkanäle auch spezifisch und nach deren Anforderungen mit maßgeschneiderten Konzepten bedient.

Chance zur Differenzierung

Private-Labels sind in der heutigen Handelslandschaft fixer Bestandteil der Sortimente und in vielen Bereichen nicht mehr wegzudenken. Gut gemachte Handelsmarkenkon-



„Wir sehen Handelsmarken nicht als Konkurrenz zu Herstellermarken, sondern als Ergänzung der Kategorie und als Profilierung gegenüber den Kunden“, sagt Kilian Pral, Geschäftsführer der ATT Drogerievertriebs GmbH.

zepte dienen der Kundenbindung und verhalten sich synergetisch zu Herstellermarken.

„Wir sehen Handelsmarken nicht als Konkurrenz zu Herstellermarken, sondern als Ergänzung der Kategorie und als Profilierung gegenüber den Kunden. Sie sind ein Instrument zur Kundenbindung an

Einkaufsstätten, beziehungsweise Handelsketten und unsere Eigenmarkenkonzepte verbinden die Markenqualität mit dem individuellen Design des Auftraggebers.

Im Rahmen vertikaler Kooperationen, etwa beim selektiven Vertrieb, verstehen wir Handelsmarkenkonzepte als Synergie zum Markenartikelangebot, die sich nur zweitrangig über den Preis definiert“, erklärt ATT-Geschäftsführer Kilian Pral.

Hoher Qualitätsanspruch

Jedes von der ATT angebotene Produkt kann individuell auf die Bedürfnisse des Auftraggebers angepasst werden. „Dabei stellen wir denselben Qualitätsanspruch an individuell entwickelte Produkte, wie an

unsere eigenen Marken“, so Pral weiter. Die Strategie RTS – ready to sell – ermöglicht die Entwicklung, das Design und die Verkehrsfähigkeit jedes Produktes nach letzten Standards und sichert schnellen und nachhaltigen Erfolg.

Weitere Infos finden Sie unter www.att-vertrieb.com.



Natürlicher Hautschutz vor und nach Insektenstichen und schmerzfrei in Minuten – Helpic lässt einen nie im Stich!

Bilder: SN/ATT VERTRIEBS GMBH (3)



Sicher, einfach und schnell bietet die neueste Generation der Pregnafix®-Heimtests Frauen in allen Lebenslagen Gewissheit. ANZEIGE