

FABIEN NEXON, DIRECTOR EXPORT SUR DE EUROPA DE NEWELL BRANDS

NUK acompaña al farmacéutico de forma directa en su consejo sobre puericultura

LA MARCA NUK, DE NEWELL BRANDS, HA ESTRENADO EN 2023 UN NUEVO MODELO DE DISTRIBUCIÓN ESTRATÉGICO. POR PRIMERA VEZ EN SU HISTORIA, PASA A SER EL INTERLOCUTOR DIRECTO DE LAS FARMACIAS Y GRANDES PARAFARMACIAS. SE QUIEREN POSICIONAR COMO EL VERDADERO PARTNER DE ÉSTAS Y QUE SUS PRODUCTOS SEAN UN MOTOR DE CRECIMIENTO DEL CANAL. POR SUPUESTO, FACILITAR LA VIDA A LOS PADRES.



Han puesto el foco en potenciar la marca NUK y la calidad de su distribución en el canal Farmacia. **Fabien Nexon**, *Director Export*

Sur de Europa de Newell Brands, nos explica cómo es su nuevo modelo de distribución estratégico, en el que apuestan claramente por la farmacia, por un servicio excelente a los farmacéuticos, por una relación directa con ellos y por la formación.

Se trata de un momento muy especial que acogen con mucha ilusión. El objetivo de este cambio de estrategia empresarial es dar apoyo y convertirse en un partner directo de la farmacia a través de delegados comerciales dedicados al 100% a la marca. *"Igualmente escuchar y adaptar nuestra oferta constantemente"*, afirma. De esta manera, el farmacéutico podrá brindar el mejor consejo posible al cliente de la categoría, ya que los padres de los bebés, especialmente los primerizos, lo necesitan. Son conscientes de que *"este canal sigue siendo el prioritario para los productos de puericultura: un 62% de los padres acude a la farmacia para comprar el chupete de su bebé"*.

Más de 60 años de experiencia

Los padres valoran mucho poder resolver sus dudas y hacer consultas sobre productos, lo que conlleva cierta responsabilidad para la profesión farmacéutica. *“Queremos aportar nuestros conocimientos y experiencia adquiridos durante los más de 60 años de existencia de la marca NUK”,* destaca F. Nexon. En más de 120 países, sus productos han formado parte de la vida cotidiana del bebé durante generaciones. En nuestro país, están presentes en más de 8.000 farmacias. *“Todas nuestras tetinas y biberones se fabrican en Alemania y cumplen las normas de calidad más estrictas”,* informa. Desde el origen de las materias primas hasta el envasado, están pendientes de cada detalle y, en Alemania, están sujetos a frecuentes comprobaciones rigurosas por parte del instituto independiente Fresenius.

Ya en la fase de desarrollo del producto, NUK garantiza que no sólo se tienen en cuenta las preferencias de los consumidores, sino también todas las normas de calidad aplicables. No hay que olvidar que son productos que los niños se introducen en la boca. En su elección de los materiales, garantizan que cumplen con las normas de calidad tanto nacionales como internacionales y que sólo se utilizan las materias primas más seguras.

F. Nexon insiste en el verbo *acompañar*, en que ellos pretenden acompañar tanto a los padres como a los farmacéuticos. *“Nos queremos posicionar como el verdadero partner de las farmacias y que nuestros productos sean un motor de crecimiento para su negocio”,* declara. La marca NUK cuenta con un fuerte apoyo en marketing, tanto al nivel de la comunicación al consumidor, para estimular la demanda, como en el apoyo de materiales en el punto de venta para aumentar la rotación de sus mejores referencias. Están ahí en todo lo que se precise, en la formación al equipo. El contacto ahora será mucho más frecuente.

Conocen perfectamente cuáles son las referencias más demandadas por los padres, por lo que mejoran de manera inmediata el surtido más adecuado y eficaz para el farmacéutico. En ese sentido, escuchan atentamente las necesidades de las personas más importantes para ellos, que son los niños. *“Nuestra esencia se basa desde los orígenes en ‘entender la vida’, investigamos las diferentes etapas del desarrollo en cada edad y mejoramos nuestros productos basándonos en los resultados obtenidos”,* asegura. Su punto fuerte siempre ha sido la parte técnica de sus chupetes y biberones, tal y como demuestran tecnologías suyas como NUK Air System, enfocada a evitar cólicos en los bebés. Si bien, en los últimos años del mismo modo se han caracterizado por una nueva imagen de marca y por productos con un diseño mucho más atrevido y moderno. Es decir, *“más colores, más diseño, pero sin perder la parte técnica”.*

¿Los chupetes y biberones seguirán siendo sus productos principales? Responde que *“NUK era y sigue siendo especialista en chupetes y biberones”.* Son sus productos principales. De los chupetes viene su esencia ya por el nombre de la marca Nuk, *Natürlich Und Kiefergerecht*, que significa natural y ortodóntico. Recuerda que la forma de la tetina del chupete es crucial. De hecho, comunicarán durante todo el año el resultado de un estudio que demuestra que la forma de los chupetes ortodónticos NUK se adapta perfectamente a la forma abovedada del

paladar y a la parte aplanada de la lengua, ejerciendo menos fuerza y una presión más baja que se distribuye de forma más uniforme; lo que demuestra que *“los chupetes NUK son los mejores del mercado para el desarrollo bucal sano del bebé, evitando deformaciones”.* Aunque los chupetes y biberones son su *core business*, su gama de productos es muy extensa, *“evoluciona junto al bebé”,* y explican detalladamente cómo son y sus ventajas. Cuál es la mejor elección en cada momento, el motivo de escoger un chupete u otro, un biberón u otro. Son productos con una rotación demostrada en el mercado, que funcionan bien en el mercado, como son las tazas que, si se caen al suelo o se guardan en el bolso, no pierden agua. F. Nexon nos adelanta que tendrán grandes innovaciones que vendrán en 2023 y que las darán a conocer muy pronto.

Respecto al momento en el que se encuentra el mercado de la puericultura en el canal Farmacia, analiza que éste es un sector que se sitúa bajo la presión de la baja tasa de natalidad, en tendencia negativa desde hace ya décadas. A su juicio, *“la parte positiva es que parece que la tendencia se está estabilizando, disminuyendo el ritmo de caída en los últimos años”.* Por ello, piensan que es primordial cuidar su imagen y distribución hoy en día, para estar en relación directa con los clientes de NUK y entregarles el mejor servicio posible. Desde Newell Brands, dejan claro que están invirtiendo en esta marca y que su meta es acompañar al farmacéutico y facilitar el día a día a los padres, que sean más felices a partir de ahora. +

Para cualquier consulta e interés hacia NUK, no dude en contactarles a través de nuk.clientes@newellco.com

