



concedan exclusividad para poder diferenciarnos de la competencia.

Para Proxy, es un requisito indispensable el que las fábricas con las que colaboramos estén comprometidas con el medio ambiente y que apuesten por proyectos de I+D acordes con las necesidades del mercado. Para llevar este objetivo a cabo contamos con un equipo humano compuesto por personal comercial y de oficina, además de una red propia de Servicios de Asistencia Técnica para cubrir la garantía de los aparatos que distribuimos.

De su gama de productos, ¿cuáles son los más destacados?, ¿por qué?

El portfolio actual de producto Tensai está dividido entre electrodomésticos de frío y cocinas de gas de libre instalación. Esta división viene dada debido a la especialización de las fábricas con las cuales colaboramos.

Nuestra gama de producto más destacada es la de congelación, que es por la que la distribución nos tiene más presentes, además de que contamos con la gama de congelación horizontal más amplia del mercado doméstico, ofreciendo un amplio abanico de posibilidades dentro de este tipo de producto.

Sobre la gama de cocinas de libre instalación, que hemos incorporado a finales del año pasado, debo resaltar la buena entrada que está teniendo en el mercado este tipo de producto debido a su relación calidad precio.



“La principal evolución de nuestros productos ha sido siempre hacia la vertiente ecológica...”

¿Cómo han evolucionado los productos y la marca Tensai en los últimos años?

La principal evolución de nuestros productos ha sido siempre hacia la vertiente ecológica, en temas de ahorro energético, tanto de los productos finales como de las propias fábricas en los procesos de producción, y como también en temas de reciclado, teniendo en cuenta el tipo de material usado en los electrodomésticos y aprovechando al máximo la materia prima utilizada.

Como ejemplo de esta evolución y compromiso con el medio ambiente, a día de hoy, estamos trabajando con algunas entidades colaboradoras para el desarrollo de nuevos congeladores horizontales con una clasificación energética A+++, los cuales esperamos poder presentar a finales del 2014 con todos los certificados en regla.

¿Qué diferencia a la marca Tensai de las otras firmas de su competencia?

A diferencia de otras firmas comerciales, nosotros estamos en perfecta unión con los fabricantes, debido a que gestionamos fábricas que nos dan exclusividad y con las que desarrollamos conjuntamente los nuevos productos para adaptarlos a las necesidades de los consumidores. Además, esto nos permite ser muy rápidos y eficientes al detectar los problemas que puedan surgir en la vida útil de los aparatos, y así reducir a la mínima expresión las intervenciones del SAT.

¿Qué se está haciendo desde Proxy Eurogroup en cuanto a la prescripción de los productos que comercializan las tiendas?

Nuestra actuación para prescribir nuestros productos es, principalmente, a través de la formación de nuestro equipo, SAT's incluidos, en el conocimiento del portfolio ofrecido, y después transmitiéndolo a las distribución en visitas personales y en convenciones en las fábricas.

Para esta labor es de gran importancia nuestro Servicio de Atención al Cliente.

Asistencia técnica, garantía al consumidor, recogida electrodomésticos... (Háblenos de ello)

Como he comentado al principio, contamos con una red de Servicios de Asistencia Técnica propia, formada en la fábrica y que cubre todo el territorio nacional, Baleares y Canarias incluido.



Para ofrecer este servicio, los consumidores de nuestra marca disponen de una atención personalizada y centralizada para todas las comunidades a través del 902 109 983.

En cuanto a la responsabilidad con nuestros electrodomésticos al final de su vida útil, siguiendo nuestra política de compromiso con el medio ambiente, formamos parte desde el inicio de nuestra actividad de la Fundación Ecolec, con la que trabajamos en estrecha y satisfactoria relación para que el ciclo de vida de los aparatos acabe de forma ecológica.

¿Qué estrategias de marketing y comunicación están realizando o tienen previsto realizar próximamente?

Nuestra estrategia de comunicación principal es a través de acciones conjuntas con nuestros clientes, apoyándoles para que sean ellos los que se beneficien de nuestra publicidad, es decir, nos dirigimos a los usuarios a través de nuestros clientes para que estos acudan a ellos directamente.

Además de esto, seguiremos dándonos a conocer a través de revistas del sector y mediante marketing no convencional, muy focalizado en los nichos de mercado en los cuales somos especialistas.

Y también, a través de la difusión de las novedades industriales e inversiones de las fábricas con las que colaboramos.

Y para finalizar, ¿con qué nos sorprenderá Proxy Eurogroup próximamente?

En la misma línea en la que trabajamos actualmente, estamos en negociaciones con dos fabricantes para distribuir sus productos en España, por lo que esperamos incorporar antes de final de año nuevas familias de productos.

Otra vertiente poco conocida de Proxy es nuestra vocación exportadora, en estos momentos estamos vendiendo nuestro portfolio en Guinea Ecuatorial y Mauritania, este es un canal importante actualmente, representa un 20% de nuestra facturación, y que queremos potenciar en los próximos ejercicios.

