



**Antec**  
**International**

**N E W S**





# PETWORLD

## Antec International e Farmaceutici Gellini: "Due famiglie in accordo".

E' storia di pochi giorni fa la formalizzazione dell'accordo che assicura alla Farmaceutici Gellini la distribuzione in Italia del presidio medico chirurgico PETVIRKON nel settore degli animali da compagnia (cani, gatti e cavalli). L'accordo nasce grazie al comune background e alla reciprocità di intenti delle due società che grazie a PETVIRKON fanno fronte comune per promuovere a Medici Veterinari, allevatori e proprietari di animali da compagnia, l'importanza della "cultura della prevenzione". Tale concetto, che riveste una notevole importanza per ottimizzare la salute degli animali, è peraltro da anni enfatizzato dalla Farmaceutici Gellini impegnata nella produzione e nella distribuzione di medicinali ad azione immunologica e presidi medico chirurgici studiati per il controllo degli ectoparassiti presenti sia sull'animale che nell'ambiente. Per gli animali da compagnia PETVIRKON sarà commercializzato dalla Farmaceutici Gellini nelle configurazioni buste da 10 gr., buste da 50 gr. e barattolo da 500 gr.

## PEOPLE

### Casa Antec: dove salute animale è salute del capitale (parte II)

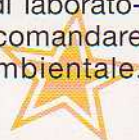
Continuiamo a parlare di Antec e degli uomini che contribuiscono al suo successo. Il Direttore dello Sviluppo Prodotti, **Jim Nicol**, laureato in Biologia e Chimica, lavora alla Antec da nove anni. Cominciò la sua carriera come Responsabile della divisione Chimica, per ricoprire successivamente il ruolo di Responsabile del Controllo Qualità prima e di Direttore di Produzione poi. Gli anni trascorsi in laboratorio ed in produzione lo hanno arricchito di una grandissima esperienza in una vasta area

di discipline. Il suo impegno per raggiungere i più elevati standard di qualità è stato basilare per Antec nell'ottenimento della Certificazione di Qualità BS5750/ISO 9002.

Tra le sue funzioni attuali, Jim ricopre anche l'incarico di gestire sul campo il team Tecnico per fornire la migliore assistenza ai clienti e un'esaustiva formazione a clienti, colleghi e collabora-



tori sulle normative a tutela della Salute e della Sicurezza: tutti compiti eseguiti con grande professionalità. Un nuovo acquisto di Antec è **Jason Courts**, laureato in Zoologia e Psicologia: insieme a Jim si occupa di indagini batteriologiche e analisi chimiche. Nella sua veste di Direttore Tecnico, Jason si impegna personalmente nelle analisi di laboratorio, nel relazionare i clienti e nel raccomandare le migliori strategie di profilassi ambientale.



## OUTLOOK 2000

### Il cliente: il centro di gravità della distribuzione.

*Il cliente sta prepotentemente diventando l'obiettivo principale della distribuzione. Non più quindi strategie di leadership ma "Customer orientation". Come realizzarla? Attraverso quattro fasi. La riscoperta dei clienti, la loro differenziazione strategica, l'adeguamento dell'offerta e il reengineering dell'organizzazione. La riscoperta dei clienti prende avvio evidenziando sia le loro esigenze sia i loro punti di riferimento. Viene usato il cosiddetto metodo dello "specchio-cliente" che consente di scoprire le differenze tra le percezioni dei clienti (ciò che i clienti pensano dell'azienda) e le percezioni dell'azienda (ciò che l'azienda ritiene pensino i clienti) per poi avviare l'azienda verso un processo di customer orientation accettato da tutti, superando le incomprensioni e le resistenze. Conoscere la differenziazione strategica dei propri clienti permette all'azienda di classificarli per categorie, in funzione dei loro bisogni e dei profitti che portano all'azienda. Ciò significa individuare quegli elementi che più di altri sono in grado di fidelizzare i propri clienti e che costituiranno una vera e propria barriera all'entrata dei concorrenti e all'uscita dei clienti. Conoscere i propri clienti significa altresì ripensare e adeguare l'offerta. Ovvero rendere coerenti le tre componenti fondamentali:*

- la prestazione di base (prodotto/servizio e prezzo)
- la promessa (il vissuto del cliente per merito del posizionamento e della comunicazione)
- l'esperienza (derivata dal consumo del prodotto/servizio)

*Per avviare un processo di customer orientation è necessario ristrutturare tutta l'azienda per rispondere alle esigenze del cliente, revisionando la struttura e la concezione delle risorse umane, i processi, i sistemi e il management.*

*Si deve insomma creare una nuova cultura: proprio quello che Antec si prefigge di realizzare nel mercato della disinfezione e dell'igiene di allevamento.*



