

Una Alno reinventada se presenta fuerte y segura en la Küchenmeile 2018

Tras el relanzamiento de Alno, desde enero del 2018 bajo el control de RiverRock, la firma ha concentrado sus esfuerzos en su nueva imagen de marca saneada y fuerte. Gracias a inversiones tanto con la producción como en la postproducción, Alno ha conseguido un proceso de calidad altamente eficiente, del que se encargan 300 trabajadores en su planta de Pfullendorf.

La Küchenmeile de este año ha tenido como uno de sus focos de interés principales la presentación en sociedad de la nueva Alno, que, tras años de incertidumbre y cambios, ha encontrado en RiverRock un inversor que ha saneado las cuentas y ha dado una nueva vida a la histórica marca germana. La expectación era alta, y Alno se ha esforzado mucho en sorprender y conquistar a sus clientes y en general a todos los visitantes que pasaron por cube30, el lugar elegido para su puesta en escena; justamente enfrente del Area30, un emplazamiento principal de la Küchenmeile.



Segmentos medio-alto y alto

De esta manera, Alno demostró su fuerza y sus ganas de relanzar su marca y sus productos, esta vez estratégicamente focalizados en los segmentos medio-alto y alto, y en la obra nueva, tanto para el mercado alemán como para el internacional. Y dentro de este mercado internacional, las prioridades de Alno son, como nos explican desde la misma empresa, el Reino Unido,

los países del BeNeLux y Francia. Además, Asia es otro de los mercados en los que la empresa cuenta con crecer significativamente.

Para conseguirlo, la firma alemana se esfuerza en combinar una gran calidad con unos plazos de entrega muy ajustados y un servicio excepcional, como demostró en la pasada edición de la Küchenmeile, que sirvió a la empresa para presentarse de

Las prioridades de Alno son el Reino Unido, los países del BeNeLux y Francia; la empresa cuenta con crecer también en Asia

nuevo ante sus clientes nacionales e internacionales.

Feedback excelente

El resultado no podría haber sido mejor, según declaran desde la empresa. “Hemos obtenido un feedback excelente en las muchas conversaciones mantenidas y hemos extraído interesantes conclusiones”, explica el director general de la compañía, **Thomas Kresser**, en referencia a los vi-



Los colores oscuros, los elementos metálicos de gran elegancia y las maderas naturales fueron las estrellas principales de las cocinas Alno

sitantes alemanes y extranjeros que pasaron por la exposición de Alno durante la feria. Una exposición en la que se pudieron ver y tocar un total de doce cocinas muy representativas del estilo de Alno, que engloban además las tendencias principales de la actual cocina internacional. Los colores oscuros, los elementos metálicos de gran elegancia y las maderas naturales fueron, de hecho, las estrellas principales

de las cocinas Alno. Según la firma, el metal y la madera son, de hecho, las tendencias más importantes para el mundo de la cocina, tanto hoy en día, como lo serán en el futuro próximo. A su lado, Alno presentó en Löhne modelos con lacados de todo tipo, los cuales, junto a los frentes de cristal y cerámica fabricados por la propia empresa dieron a la exposición el toque inconfundible de la firma alemana.

Sofisticación para la cocina abierta

Por otro lado, el nuevo diseño en gris antracita dotó de un aire más sofisticado todavía a los muebles de cocina, sobre todo pensados para la cocina abierta en la que estos se combinan e incluso se confunden con el mobiliario del propio salón. El concepto AlnoAttract es una buena muestra de ello; gracias a sus puertas especiales y su gran variedad de combinaciones posibles, este concepto es ganador de un premio ICONIC. En definitiva, la Küchenmeile fue un éxito rotundo para la empresa de Pfullendorf, según fuentes de Alno. La firma pudo transmitir su mensaje y su nueva estrategia de manera clara y presentar las bondades de su producto con seguridad, y de esta manera consiguió entusiasmar a una red de distribuidores ansiosa de devolver a Alno a sus mejores tiempos. ■

Consulta todos los números de IMCB

www.imcb.info

“Combinar calidad, diseño, tecnología y sostenibilidad es lo que convierte a GROHE en líder del sector”

El éxito de GROHE para ser capaz de alcanzar el status de líder tecnológico comienza con la tecnología de calidad y la sostenibilidad. El apoyo financiero en los últimos años ha sido el resultado de la calidad y sostenibilidad de los productos GROHE.