

Quinton®

FOCUS PYME Y EMPRENDIMIENTO – VEGA BAJA 2019

“Innovación y marketing digital en el territorio”



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

IVACE
INSTITUTO VALENCIANO DE
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa



FOCUS
PYME Y EMPRENDIMIENTO
Comunitat Valenciana



CEEI
ELCHE

CENTRO EUROPEO DE
EMPRESAS INNOVADORAS

¿Quiénes somos?



- Laboratorio biotecnológico
- Fundado en 1897 en Francia
- Traslado a España en 1996
- Nuevo laboratorio en 2010 en Cox
- Equipo de 50 personas



Nuestras especialidades



Nuestras especialidades





¿Dónde estamos?

DISTRIBUYENDO						REGISTRANDO	
ESPAÑA	BÉLGICA	POLONIA	GRECIA	COREA DEL SUR	MÉXICO	ECUADOR	RUSIA
FRANCIA	PAÍSES BAJOS	REP. CHECA	LÍBANO	JAPÓN	PUERTO RICO	ARGENTINA	INDIA
PORTUGAL	NORUEGA	ESLOVAQUIA	EAU	FILIPINAS	SUDÁFRICA	BRASIL	ISRAEL
ITALIA	SUECIA	RUMANÍA	CHINA	EEUU	AUSTRALIA	COLOMBIA	
ALEMANIA	DINAMARCA	BULGARIA	MALASIA	CANADÁ	NUEVA ZELANDA		



Antecedentes (2017)



Fuerza comercial de puerta fría



Eventos offline (seminarios, ferias) sin reflejo en el online



BB.DD. comercial obsoletas



Competencia desleal en la venta online
(nacional e internacional)



Análisis del Mercado

ANÁLISIS DEL MERCADO EN CIFRAS. Previsiones de crecimiento por mercado.

MERCADO	CRECIMIENTO	CARG. %	PRINCIPALES TENDENCIAS
BIOTECNOLOGÍA MARINA	+	5,59% (2017-26)	EEUU líder con el 42% de la cuota de mercado. Crecimiento países emergentes
FARMACIA MARINA	++	7,28% (2018-22)	EEUU líder con una cuota de mercado de 41%. Aumento ventas países emergentes.
HOMEOPATÍA	+++	14,6% (2017-23)	Europa zona de mayor consumo. Destaca la elevada volatilidad legislativa.
SPRAYS NASALES	++	6,3% (2016-24)	Perspectivas de crecimiento para aerosoles de agua salina.
COSMÉTICA Y CUIDADO	+	2,5% (2017-24)	Aumento del uso de productos naturales. El cuidado de la piel como segmento de mayor crecimiento.
CUIDADO PERSONAL	++	6,5% (2017-22)	Aumento de las exigencias del consumidor en cuanto a información y certificaciones.
COMPLEMENTOS DE SALUD NATURAL	++	8,6% (2016-24)	El 43% de los suplementos de salud naturales provienen del segmento marino.
BEBIDAS DEPORTIVAS	+	5,1% (2016-21)	Aumento de surgimiento de bebidas naturales. Tendencia al consumo de agua embotellada.



Diversificación: nuevas gamas

EAU DE QUINTON

- **Ampolla Hipertonic**
- **Ampolla Isotonic**
- **Spray Dermo Action**
- **Spray Ocular**
- **Spray Daily Nasal**
- **Spray Nasal Pediatric**
- **Spray Action Plus**
- Broncomer (2021)

MEDICAL

- Ampolla + Vitaminas
- **Inyectable**
- Skin Health
- Daily Nasal Health
- Pediatric Nasal Health
- Action Plus Health
- Eye Health
- **Plasma Quinton**
- **Duplase Quinton**

LIFESTYLE

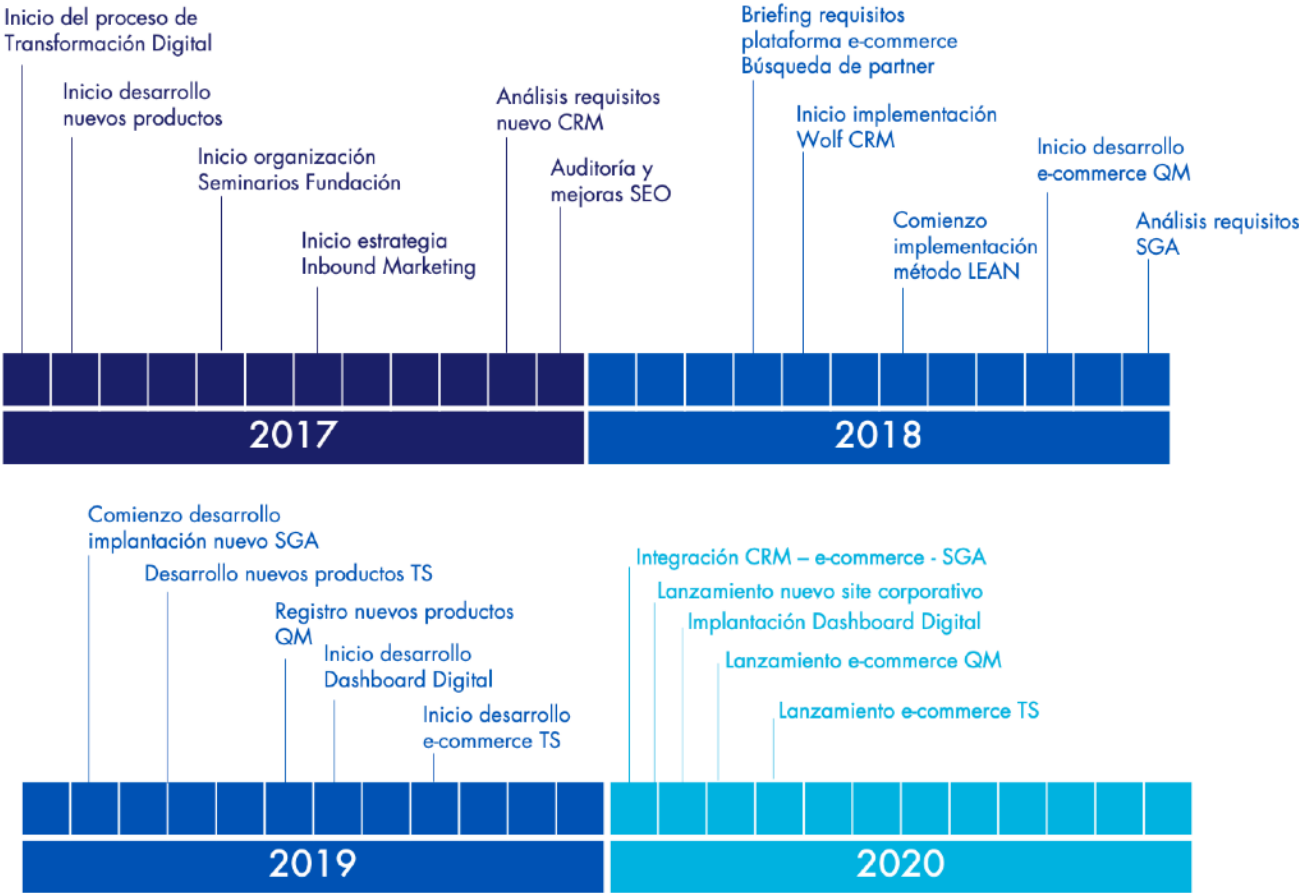
- Sobres + Vitaminas *(4 referencias)*
- Sobre + Minerales
- Sobres con otros componentes
- **Dermo**
- **Aftershave**

SPORT

- **Totum Sport**
- Totum Sport Nite
- Totum Sport Energy Gel
- Totum Sport Barritas
- BCCA's
- Proteínas
- Carbonohidratos



Plan de transformación digital



Caso Quinton Medical



Complementos alimenticios



Productos sanitarios



¿A quién nos dirigimos?



Buyer persona B2B

Profesionales de las medicinas holísticas y las terapias alternativas. Prescriben con frecuencia productos naturales y están familiarizados con las propiedades terapéuticas del agua de mar.



Buyer persona B2C

Mujeres, de entre 40-50 años, clase media-alta, con intereses por la vida sana y el deporte. Afines a las soluciones que ofrece la medicina natural.



Objetivos B2B



Generar una imagen de marca unificada



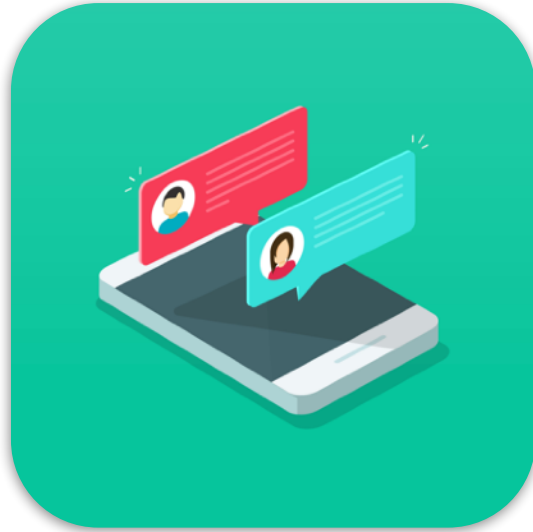
Despertar su interés para que acaben solicitando una visita



Crecimiento de la cartera de clientes de los delegados



Objetivos B2C



Escuchar a nuestros clientes
atendiendo a sus necesidades



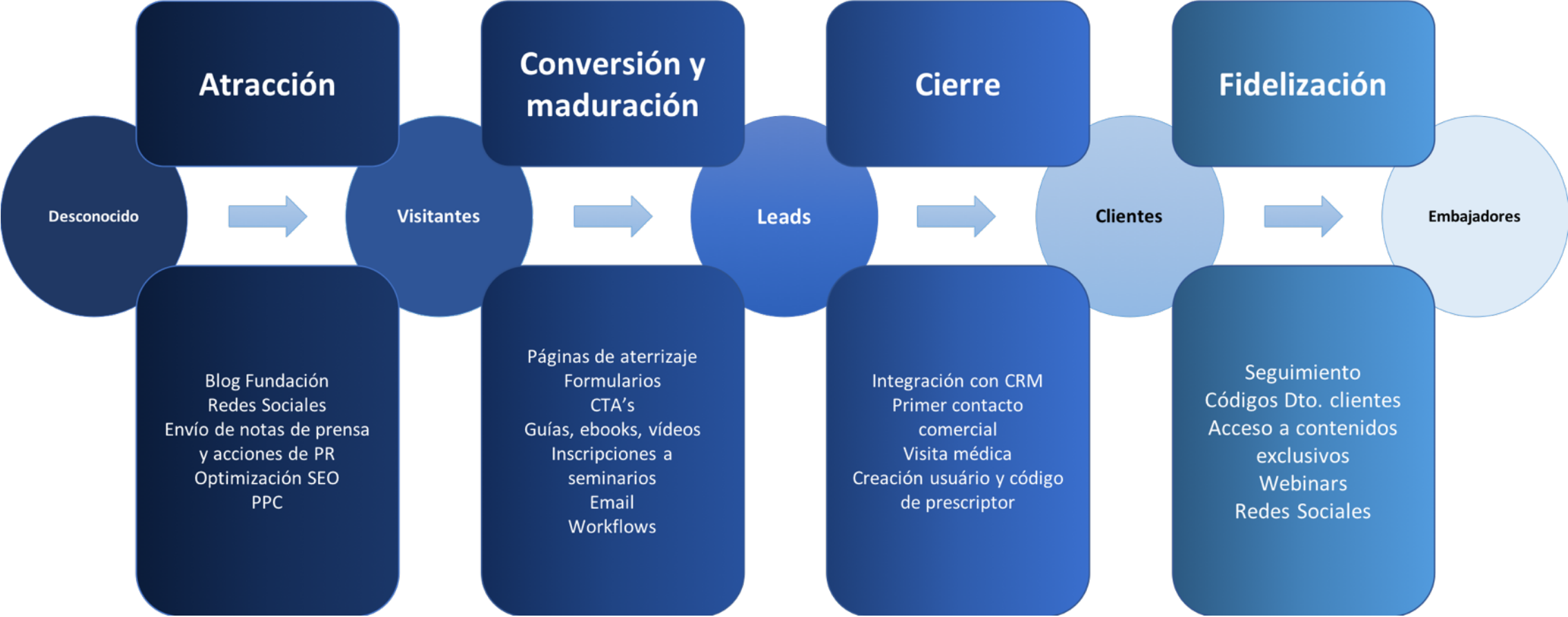
Estar más cerca del consumidor:
e-commerce, marketplaces, social
selling etc.



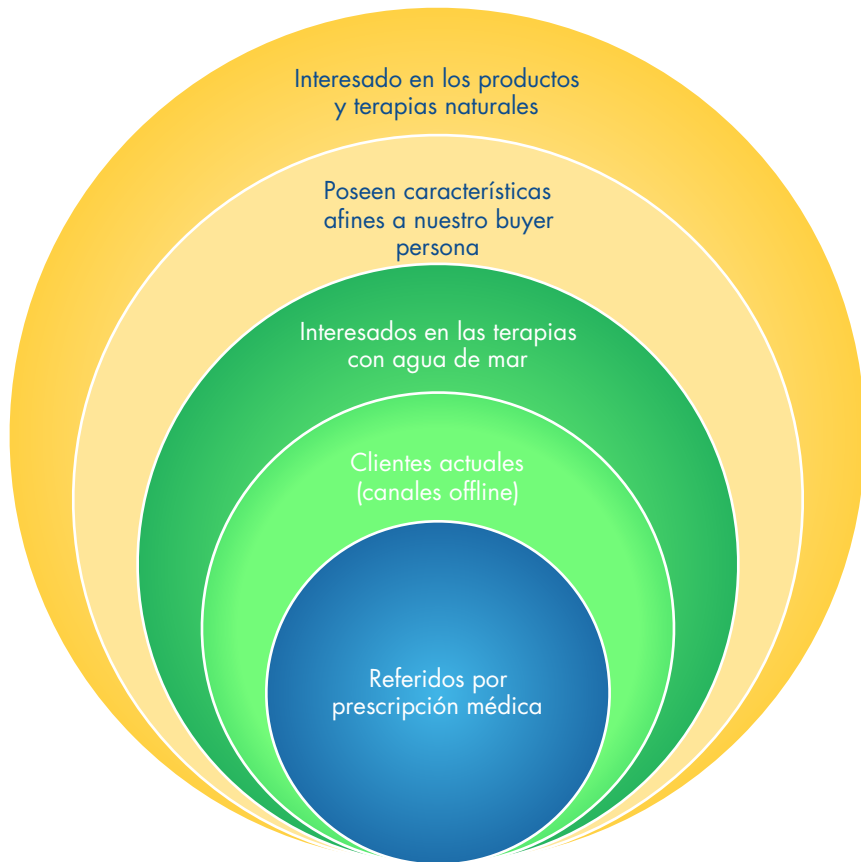
Medir todas las acciones:
crear una infraestructura técnica
que permita trazar todo el
customer journey



Estrategia B2B: Inbound Marketing



Estrategia B2C: segmentación



CRECIMIENTO

- Generar awareness y ganar presencia en el mercado
- Despertar el interés de públicos afines, convirtiéndolos a clientes.
- Poner en práctica el conocimiento adquirido en las otras estrategias.

CONSOLIDACIÓN

- Afianzar nuestra posición en el mercado.
- Migrar clientes de otros canales de distribución offline al canal de venta online.
- Generar tráfico muy cualificado y recoger datos de comportamiento.

CIERRE Y FIDELIZACIÓN

- Generar ventas y recurrencia.
- Aumentar el importe del ticket de compra.
- Recabar información sobre nuestro buyer persona ideal.

PR / Menciones en medios

Acciones con Influencers

Marketplaces

SEO / SEM

Social Media Ads Content marketing

CRO

Marketing Automation



L a b o r a t o i r e s

ORIGINAL **QUINTON**®
— 1897 —



¡Gracias!

