

Presseinformation

19.06.2018

„OTC-Unternehmen des Jahres“: Bronze für Promedico

Das Grazer Familienunternehmen konnte sich dank des Erfolgs mit Pure Encapsulations® erneut beim deutschen inspirato Pharma Marketing Award durchsetzen. Dieses Mal holte sich Promedico Bronze in der Kategorie „OTC-Unternehmen des Jahres“. Ausschlaggebend waren für die Fachjury sowohl das Umsatzwachstum im Vorjahr als auch eine Online-Befragung von mehr als 100 Apothekern. Den renommierten Marketingpreis nahm Promedico am 18. Juni im Rahmen der sechsten Pharma Marketing Konferenz in Bonn entgegen.

Am 18. Juni 2018 wurde der inspirato Pharma Marketing Award in Bonn verliehen. In diesem Jahr konnte sich Promedico Bronze in der Kategorie „OTC-Unternehmen des Jahres“ sichern. Over-the-Counter, kurz OTC, steht dabei für rezeptfreie Arzneimittel und Nahrungsergänzungen. „Diese Auszeichnung freut uns besonders.“, so Alexander Wallenko, Geschäftsführer von Promedico. „Sie zeigt, dass wir es als Familienunternehmen geschafft haben, uns zu einem festen Bestandteil am deutschen OTC-Markt zu etablieren und sie ist eine Anerkennung unserer Fachkompetenz.“

Promedico – verantwortlich für die Marketing- und Vertriebsstrategie der Apothekenmarke Pure Encapsulations® – überzeugte im mehrstufigen Auswahlverfahren. Dazu gehörte nicht nur die Analyse der Umsatzentwicklung, sondern auch eine Online-Befragung von mehr als 100 Apothekern. Eine Fachjury, bestehend aus Top-Managern wie etwa von Google oder INSIGHT Health, ermittelte die Preisträger.

Mit emotionaler Markenführung zum Erfolg

Verliehen wurde der begehrte Preis im Rahmen der inspirato Pharma Marketing Konferenz, die dem Motto „It's all about emotions“ folgte. Starke Marken, OTC-Love-Stories und Best Practices emotionaler Markenführung standen am Programm. Dem Ansatz emotionaler Markenführung hat sich auch Promedico verschrieben und sich zum Ziel gesetzt, neben der Mikronährstoff-Marke Pure Encapsulations® auch die eigene Unternehmensmarke zu einer Love Brand zu machen.

„Zum einen ist Promedico eine Love Brand für Apotheker, denn wir arbeiten auf einer sehr freundschaftlichen Basis und auf Augenhöhe zusammen.“, erklärt Wallenko. „Außerdem sehen wir eine emotionale Markenführung als Chance, um genau die Mitarbeiter für unser Team zu gewinnen, die zu uns und unseren Werten passen.“ Aber nicht nur potenzielle Mitarbeiter stehen im Fokus der Unternehmensmarkenführung, denn das bestehende Team ist dem Familienunternehmen besonders wichtig. Deshalb setzt Promedico auf das New-Work-Konzept und ermöglicht etwa durch flexible Bürolandschaften und die entspannte Atmosphäre eine neue und vernetzte Arbeitsweise. Mit PRO Health hat Promedico zudem eine Gesundheitsinitiative für seine Mitarbeiter ins Leben gerufen.

Über Promedico

Als Mikronährstoff-Experte unterstützt Promedico Apotheken umfassend in der Vermarktung sowie Kundenberatung und bietet mit der PRO Academy praxisnahe Fortbildungen für den Apothekenalltag. Neben der inhaltlichen und konzeptionellen Entwicklung der Wissensplattform ist Promedico auch für die Marketing- und Vertriebsstrategie der Premiummarke Pure Encapsulations® verantwortlich – mittlerweile werden 33 Länder und rund 6000 Apotheken mit der hochwertigen Nahrungsergänzung beliefert.

www.promedico.at

Rückfragehinweis

Presse: Helene Rauchegger
+43 316 26 26 33-48
presse@promedico.at