Marktverovering door marketing en duidelijkheid

04-02-2003 01:00

Het is een tijdje rustig geweest rond de merken AEG en Atlas Copco. De e-gereedschap-divisie van Atlas Copco wist de kwalitatief hoogwaardige producten niet op de juiste manier te vermarkten, maar een blik in de spiegel resulteerde in een flinke ommezwaai. Door de hele organisatie is het denken veranderd en staat de divisie nu op de drempel van een nieuwe aanpak. “Maar we willen alleen zaken doen met dealers die onze visie delen, dus kom je onze producten niet op elke hoek van de straat tegen”, aldus sales manager Benelux specialized trade/industry Wim van Leeuwen.

Marc Nelissen