

## **Grupo GN relanza DANAVOX, la marca que aporta exclusividad y refuerza la posición de los independientes**

**En la que ha sido la primera presentación presencial del sector, desde la pandemia, en la maravillosa terraza del RIU Plaza de Madrid, DANAVOX sorprendió con un portfolio completo de producto, una marca cargada de servicios disruptivos y una nueva manera de posicionar el producto y los servicios, enfocada hacia el profesional de la audición, con exclusividad geográfica, para alejarles de la guerra de precios**

Grupo GN relanza la marca DANAVOX. Y lo hace de una manera diferente, en el fondo y, consecuentemente, en la forma. En primer lugar, porque para ello, la firma danesa ha sido la primera del sector en convocar, de nuevo de manera presencial, a los audioprotesistas de todo el país a su presentación.

El lugar elegido fue una de las hermosas terrazas del Hotel RIU Plaza España, con impresionantes vistas a un maravilloso atardecer de verano, en un evento abierto, de estilo futurista y pleno de optimismo.

Como en cada una de las presentaciones de Grupo GN, correspondió a José Luis Otero, director general en España, dar la bienvenida al centenar de profesionales de la audición que acudieron, procedentes de todos los rincones del país. “Con DANAVOX, nos hemos propuesto hacer algo diferente. Es una marca pensada para poner en valor la experiencia y el conocimiento del profesional de la audición independiente”, anunció Otero. Siempre preocupado por el lado humano, el director general subrayó “la necesidad que teníamos todos de vernos y de recuperar el contacto físico, después de tanta pantalla”.

Correspondió a Alfonso Ríos, director comercial de GN, hacer el diagnóstico del mercado, y ubicar en su contexto la nueva DANAVOX. “Los audioprotesistas están habituados a escuchar a sus pacientes que ‘el mismo audífono es 1.000 euros más barato en internet’; o que ‘los de enfrente hacen un 2x1 en el producto’;. La realidad actual de la Audiología es que el mercado es tremendamente agresivo, sobre todo en precios, que algunos fabricantes lo están verticalizando y que tiene el foco puesto en las marcas”, explicó Ríos.

DANAVOX llega para ayudar a los profesionales independientes de la Audiología a construir un futuro común con el relanzamiento de la marca. “La historia de DANAVOX, marca pionera en el desarrollo de audífonos en Dinamarca, unida a las necesidades actuales del audioprotesista, son las claves del nuevo proyecto DANAVOX, que cuenta con el soporte de GN”, añadió Ríos.

El director comercial presentó todos los aspectos del nuevo proyecto que propiciarán diferenciación y protegerán al independiente en el contexto actual. DANAVOX propiciará exclusividad geográfica para

los independientes, evitando con ello las comparaciones con otras marcas de los pacientes, favoreciendo la explotación comercial y propiciando, a través de diferentes ventajas una experiencia de compra distinta para los usuarios.

La política de precios es coherente, con un mismo precio neto para todos los audiólogos DANAVOX, y con una estrategia disruptiva en su aplicación al usuario final, incluyendo supergarantías de hasta cinco años, y servicios adicionales, en diferentes tramos y grados de colaboración.

Pensada para apoyar en todos los ámbitos al audioprotesista independiente que no pertenece a ningún grupo ni cadena, ofrece un servicio de renting, consultoría de negocio, desarrollo de campañas y un amplio catálogo de soluciones de Marketing a medida. Otra de las claves del nuevo DANAVOX es la formación en áreas clave: sobre el negocio, Audiología Clínica y sobre producto y software.

La nueva DANAVOX llega con un portfolio completo de producto de última generación, con audífonos recargables y no recargables, a medida, con diferenciación en algunos formatos, aplicaciones de manejo, e incluso con el nuevo sistema M&RIE que emula como nunca nadie lo había hecho el funcionamiento natural del sentido del oído, con teleaudiología y software propio, y desplegado en cuatro marcas: Alya, Barani, Anthe y klar, tal y como explicó Manuel Yuste, director de producto de Grupo GN. El nuevo concepto, trae, por último aparejado todo un desarrollo estético y gráfico de nueva marca, cuyas claves explicó a los audioprotesistas Renata Queiroz.

“DANAVOX va a dar exclusividad geográfica a audioprotesistas independientes, lo último en tecnología, apoyo continuado y seguimiento, y asesoría personal de negocio. Estamos muy ilusionados con el proyecto, y lo hemos mimado, porque pensamos que es lo que necesitan los profesionales del sector en este momento”, resume Alfonso Ríos.

**Datos de contacto:**

Javier Bravo  
606411053

Nota de prensa publicada en: [Madrid-España](#)

Categorías: [Nacional](#) [Medicina](#) [Franquicias](#) [Emprendedores](#) [Industria y energía](#) [Recursos humanos/empresa](#) [Gran consumo y distribución](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>