

CERÁMICA MALPESA DEFINE SU NUEVA ESTRATEGIA EN LA CELEBRACIÓN DE SU CONVENCIÓN COMERCIAL

- En la reunión de delegaciones comerciales se definió la nueva estrategia comercial de la compañía y se llevaron a cabo programas formativos sobre los nuevos productos que comercializa, como el mortero BRICMORTER

Cerámica Malpesa celebró los días 12 y 13 de noviembre la convención de su red comercial, reuniendo en su sede de Bailén a un total de 15 delegaciones y 30 agentes comerciales. La compañía, líder en la fabricación de adoquines cerámicos y ladrillos cara vista, organiza esta reunión con el objetivo de definir la nueva estrategia comercial de Malpesa.

Ante las condiciones actuales del mercado, Malpesa ha fortalecido el vínculo entre la red comercial y el equipo de producción, para activar sinergias y seguir garantizando el mejor servicio a los clientes de la compañía.

Además, la convención permitió informar a toda la red comercial acerca de los nuevos productos distribuidos por Malpesa. En este sentido, destacó un curso formativo sobre el nuevo mortero BRICMORTER, desarrollado conjuntamente con las empresas Parex y Piera Ecocerámica. El curso formativo incluyó también una demostración práctica de la puesta en obra de dicho producto.

Malpesa apuesta por la innovación y la calidad

En estos momentos, la compañía tiene en marcha diversos proyectos de investigación que se espera fructifiquen en la presentación de sistemas de construcción industrializados, una de las demandas de los profesionales del sector.

Para ello, Malpesa sigue invirtiendo en I+D+i como uno de los ejes básicos para garantizar la competitividad de la industria de la cerámica estructural.

Bailén, 25 de noviembre de 2009

Para más información, puede contactar con:

CLOTET COMUNICACIÓN

Agencia de Comunicación de CERÁMICA MALPESA

Tel. 93 414 67 10 / Tel. 91 297 54 40

prensa@clotetcomunicacion.com