



Iris Langa

MARKETING & COMMUNICATIONS ASUS DIRECTOR



“Nuestros dispositivos están pensados para proporcionar la mejor experiencia posible, destacando por su máxima fiabilidad y por mantenerse al día con los últimos avances tecnológicos...”

ASUS, pionera desde su fundación en 1989, ha dejado una huella significativa como líder en tecnología. Desde la apertura de sus oficinas en España en 2004, la compañía ha experimentado un crecimiento impresionante, con más de 100 empleados distribuidos estratégicamente. Alcanzando una facturación de más de 200M€ en 2023, ASUS se ha convertido en el tercer fabricante en cuota de ventas en el mercado de consumo de la informática. Su enfoque en el consumidor impulsa una estrategia de marketing centrada en la innovación y la conexión emocional. Mirando hacia el futuro, ASUS planea reforzar sus áreas clave y destacar su compromiso sostenible en todas las comunicaciones.

¿Nos puede explicar de un modo breve la historia de la compañía?

ASUS fue fundada en 1989 y es una empresa multinacional conocida por fabricar las mejores placas base y ordenadores de sobremesa, portátiles, monitores, tarjetas gráficas, enrutadores y otras soluciones tecnológicas de alta calidad del mundo. Hoy, ASUS está diseñando y construyendo tecnologías inteligentes de próxima generación para brindar experiencias increíbles que mejoren la vida de las personas en todas partes.

¿Desde cuándo opera la marca en nuestro país? ¿qué magnitudes tiene la empresa en la península?

Las oficinas de ASUS en España se abrieron oficialmente en 2004, pero antes de esto ya se distribuían nuestros productos en España a través de mayoristas y otros distribuidores.

Actualmente en ASUS somos más de 100 empleados, teniendo en cuenta promotores y GPVs en España, y estamos distribuidos entre Valencia, Madrid, Sevilla y Zaragoza, teniendo la sede central en Barcelona. Este 2023 ha facturado más de 200M€ y distribuye productos a través de más de 400 canales, cadenas retail y tiendas físicas, a parte de la distribución online a través de principales retailers y la propia página web.

Este 2023 nos hemos posicionado como tercer fabricante en cuota de ventas en el mercado de consumo de la informática (retail), muy cerca de la segunda posición.

En un mercado tan dinámico como el de la tecnología, ¿cuál es la estrategia de marketing de ASUS en España para destacar entre la competencia y llegar a los consumidores?

Nuestra estrategia en ASUS se enfoca en situar al consumidor y sus necesidades en el centro de cada uno de nuestros procesos y el diseño de nuestros productos. Nuestros dispositivos están pensados para proporcionar la mejor experiencia posible, destacando por su máxima fiabilidad y por mantenerse al día con los últimos avances tecnológicos. En este sentido, llevamos a cabo nuestras acciones de comunicación, las cuales reflejan nuestra filosofía y buscan establecer una conexión constante con el consumidor.

El enfoque en el consumidor es esencial. ¿Cómo asegura ASUS que sus estrategias de marketing se alinean con las necesidades y expectativas de los usuarios en el mercado español?

Para poder ofrecer las máximas prestaciones a nuestros usuarios, trabajamos conectados a herramientas que nos permiten tener información periódica de primera mano sobre sus deseos, necesidades y evolución, algo que analizamos tanto a nivel global como local en los mercados donde estamos presentes. Ello nos permite diseñar productos ideales para cada uno de nuestros públicos, además de conectar con ellos a través de nuestras campañas de comunicación: cada uno de nuestros procesos se centra en ellos y los hace protagonistas de nuestros desarrollos, acciones y campañas.



ASUS es conocida por sus productos innovadores. ¿Podría destacar algunos de los productos más recientes que han tenido un impacto significativo en el mercado español y cómo se promocionan?

Todos nuestros dispositivos comparten un eje común: innovación y eficiencia, dos aspectos clave que también están arraigados en nuestro ADN. Un ejemplo claro de innovación es el nuevo ASUS Zenbook Duo, el primer ordenador equipado con dos pantallas táctiles y un teclado desmontable. Este innovador producto fue presentado el pasado mes de enero en el CES 2024, el evento tecnológico más relevante del mundo, y ha sido diseñado pensando en su gran versatilidad y capacidad multitarea para satisfacer las necesidades de aquellos que buscan potencia y rapidez.

En cada uno de nuestros lanzamientos, nos aseguramos de establecer un primer contacto con los medios de comunicación para mantenerlos informados sobre las novedades. No obstante, para destacados productos de los últimos meses, como el ASUS Zenbook OLED, llevamos a cabo

una campaña especialmente diseñada con actividades creativas en centros comerciales, con el objetivo de explicar al consumidor todas las virtudes de este potente dispositivo.

El mercado de la tecnología está en constante evolución. ¿Cómo identifica ASUS las tendencias emergentes y adapta su estrategia de marketing para mantenerse relevante?

Tenemos un equipo en HQ dedicado a identificar y adaptar las tendencias tanto tecnológicas como de diseño para integrar en el producto juntamente con el equipo de ingeniería y producto de manera trimestral (4 veces al año).

Hemos sido pioneros en la implementación de nuevas tecnologías que a posteriori han sido tendencia en toda la industria, además de ser una marca que abanderamos la innovación en todos nuestros procesos. Algunos ejemplos de tecnologías pioneras que han creado tendencia son las pantallas OLED aplicadas a la informática, ordenadores específicos para Gamers (Republic of Gamers), ordenadores específicos para

creadores de contenido (gama ProArt) e incluso el primer Netbook y tablet PC convertible, producto que ASUS lanzó por primera vez hace más de 15 años.

Con la creciente importancia de la presencia digital, ¿cuál es la estrategia de ASUS en cuanto a marketing digital y redes sociales en España?

En ASUS utilizamos el auge digital para ampliar nuestra visibilidad de marca, fortalecer la credibilidad y la confianza con nuestros consumidores, mejorar la comunicación de los mensajes clave y los valores de la marca, así como llegar a nuevos públicos con alianzas afines en valores, excelencia y profesionalidad.

Esto lo hacemos con nuestra red de embajadores, una extensión de la marca ASUS y amplificadores de nuestro ADN. Son perfiles que destacan en cada una de sus disciplinas y creen en ASUS como el mejor aliado tecnológico para su día a día. Cada uno de ellos integra su dispositivo de la marca de la manera más orgánica en su contenido, lo cual es de interés para sus seguidores y, por supuesto,



realzan el valor de ASUS. Xuan Lan, profesora de yoga y experta en bienestar, Nicanor García, fotógrafo español experto en arquitectura, y Pau Milá, emprendedor y creador de contenido para redes sociales, son las voces más influyentes y apasionadas en el mundo de la tecnología que nos acompañan en esta nueva aventura.

La sostenibilidad es una preocupación creciente para los consumidores. ¿Podría compartir cómo ASUS integra prácticas sostenibles en el desarrollo de productos y procesos de fabricación, y cómo comunica estos esfuerzos al público español?

Llevamos a cabo una estrategia de sostenibilidad centrada en 4 pilares: la economía circular, acción por el clima, fabricación responsable y creación de valor. Con estos cuatro pilares, desde ASUS queremos priorizar la reducción de las emisiones de carbono en nuestros productos, a la vez que adoptamos energías renovables, restauramos bosques y apoyamos a las comunidades afectadas por el clima.

Prueba de ello es el portátil empresarial libre en carbono ASUS ExpertBook B9, diseñado para otorgar una mayor rigidez y eficiencia energética, con una reducción de residuos de material del 29% y un acortamiento del tiempo de producción de hasta el 75%. Además, ha sido fabricado con hasta un 70% de metal reciclado y cuenta con el respaldo del programa ASUS Carbon Partner Services, opciones flexibles para compensar la huella de carbono a lo largo del ciclo de vida del producto con créditos de carbono de alta calidad basados en la naturaleza y verificados por organizaciones de prestigio.

La sostenibilidad está presente en todos nuestros productos, y es un eje estratégico y diferencial también en sus envoltorios y envíos, así como en todas las comunicaciones y acciones que llevamos a cabo.

En un mundo cada vez más consciente de la eficiencia energética, ¿cómo aborda ASUS la optimización del rendimiento de sus dispositivos al



tiempo que garantiza un consumo de energía eficiente?

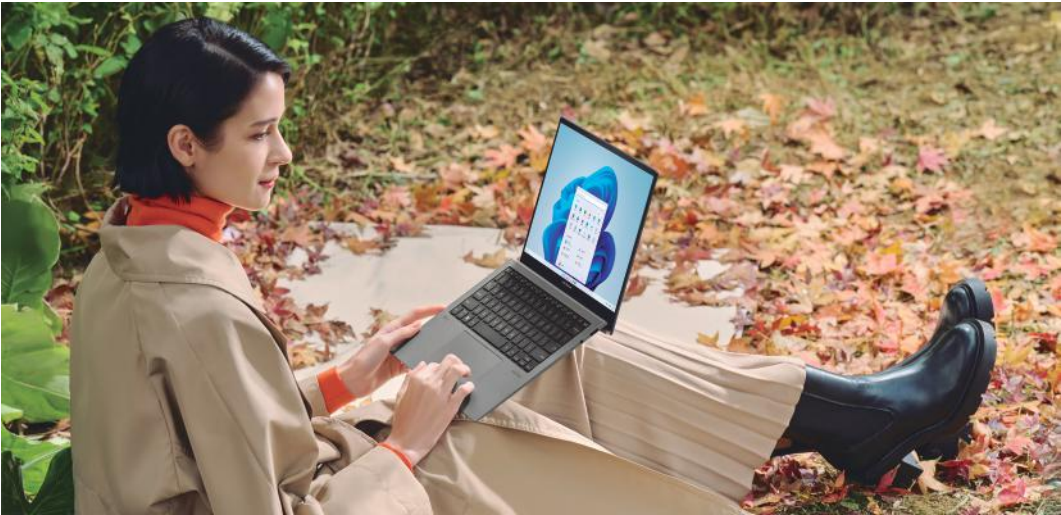
Dentro de nuestro desarrollo, que como comentaba, tiene la sostenibilidad como uno de los ejes centrales, aplicamos la innovación buscando el máximo rendimiento de manera eficiente, pero siempre de una forma que garantice el máximo respeto al medio ambiente.

En ASUS utilizamos procesadores de bajo consumo, pantallas con tecnologías de ahorro de energía y componentes que consumen menos energía. Además, hemos desarrollado una serie de herramientas de software que ayudan a los usuarios a controlar el consumo de energía de sus dispositivos. Como resultado de estos esfuerzos, los productos de ASUS son líderes en el mercado en términos de eficiencia energética. Están fabricados con materiales reciclados y utilizando procesos que reducen el consumo de energía. Por ejemplo, utilizando fuentes de energía renovables y tecnologías de ahorro de energía en nuestras fábricas.

Mirando hacia el futuro, ¿puede compartir alguna visión o dirección que ASUS planea tomar en términos de marketing en España en los próximos años?

En 2024 nos centraremos en reforzar nuestros puntos fuertes, desarrollando acciones en comunicación y en los sectores gaming, creatividad y diseño, educación y Business, además de los usuarios domésticos. No obstante, por encima de todo queremos compartir nuestro compromiso sostenible como empresa a todos los niveles. Dar a conocer la responsabilidad con la que diseñamos todos los dispositivos ASUS, además de los esfuerzos que desarrollamos para cuidar el medio ambiente y las personas en el día a día será el pilar sobre el que se sustenten todas nuestras actividades comunicativas y corporativas.

Todo ello siempre conectando con nuestros clientes, usuarios, trabajadores, retailers y el resto de actores con los que trabajamos, para generar el mejor contexto posible que nos permita cumplir nuestra misión In Search of incredible.



PRODUCTO QUE DA NEGOCIO

Smeg revela el Catálogo Kitchen Studio 2024, una celebración de innovación y estilo

Smeg anuncia el lanzamiento de su catálogo Kitchen Studio 2024. Este catálogo, lleno de emocionantes novedades, está diseñado para inspirar a interioristas, mueblistas y amantes de la cocina, ofreciendo una amplia gama de electrodomésticos que combinan funcionalidad avanzada y estética excepcional.

El punto culminante del catálogo es la introducción de la nueva línea estética en color Neptune Grey. Este acabado en gris oscuro, con detalles en acero inoxidable de vanguardia, aporta una modernidad elegante a cualquier cocina. La línea Neptune Grey de Smeg redefine el concepto de estilo en electrodomésticos, ofreciendo una opción contemporánea y versátil para los amantes del diseño.

Entre las innovaciones más destacadas se encuentran los hornos Omnichef, que combinan funciones de cocción tradicional, microondas y vapor en un solo electrodoméstico. Esta integración de tecnologías proporciona una flexibilidad excepcional, permitiendo a los usuarios explorar nuevas formas de preparar sus comidas de manera eficiente y deliciosa.

Además, Smeg presenta lavavajillas con conectividad wifi, llevando la conveniencia a un nuevo nivel. Ahora, los usuarios pueden controlar y monitorear sus lavavajillas desde sus dispositivos móviles, asegurando una gestión eficiente y personalizada de las tareas domésticas.

El Catálogo Kitchen Studio 2024 de Smeg no solo se trata de electrodomésticos de alta calidad, sino también de una experiencia visual que cautiva. Cada producto ha sido diseñado con atención al detalle, reflejando la dedicación de Smeg a la fusión de funcionalidad y estilo en el corazón del hogar.



"En Smeg, creemos que la cocina es más que un lugar para cocinar; es un espacio para la creatividad y la expresión personal.

Con el Catálogo Kitchen Studio 2024, estamos emocionados de ofrecer a nuestros clientes una gama excepcional de electrodomésticos que elevan la experiencia culinaria a nuevas alturas"

El catálogo completo, junto con información detallada sobre cada producto, ya está disponible en: www.smeg.es.

Descubre cómo los electrodomésticos Smeg pueden transformar tu cocina en un espacio de funcionalidad y elegancia incomparables.