



Marcos Viladomiu

Director de Marketing
de Logitech España

“En España la marca está presente desde principios de los años 90 y, desde esa fecha, ...no ha hecho más que evolucionar hasta conseguir liderar los principales segmentos de accesorios en los que estamos presentes”

Logitech, que comenzó su andadura en 1981 creando ratones que permitían una interacción más intuitiva con el ordenador personal, se ha convertido en el fabricante líder de estos dispositivos reinventandolos de diversas maneras, adaptándolos así a los nuevos requisitos de los usuarios de PC y ordenadores portátiles. Al igual, a lo largo de estos años, la compañía ha ampliado su gama de productos productos para abarcar una larga serie de dispositivos de interfaz que constituyen un vínculo vital entre el usuario y su ordenador, su consola de videojuegos o su sistema multimedia. Sus productos, vendidos en casi todos los países del mundo, y su estrategia de I+D+i, posicionan a Logitech como una compañía destacada del sector de periféricos personales (inalámbricos y con cable).

Logitech se fundó en Suiza en 1981 fabricando ratones para PC. ¿Qué supuso para el mercado la introducción de esta novedad?

El primer ratón producido por Logitech en 1982, el P4 (que utilizaba tecnología opto-mecánica para ofrecer una mayor precisión y, al mismo tiempo, proporcionar la respuesta táctil de una bola rodante) fue, sin duda, el principio de una revolución en el mundo de los accesorios para PC al especializarnos en soluciones que permitían una interacción muy intuitiva con el usuario final, y siempre combinando diseño, tecnología y simplicidad a partes iguales. A partir de ese primer modelo siguieron muchas otras innovaciones en ratones y, en años sucesivos, empezamos a trasladar nuestra forma de entender la tecnología a otras categorías de productos, desde escaners a videocámaras, teclados, altavoces, productos para gaming...

¿En qué momento deciden comercializar sus productos en otros países? ¿Podría resumirnos su andadura en España?

A medida que nuestros productos fueron evolucionando hacia soluciones adaptadas al usuario final (tanto por precio como por la propia evolución e implantación del PC en los hogares) Logitech fue expandiéndose geográficamente y, a día de hoy, disponemos de oficinas comerciales en más de 100 países. En España la marca está presente desde principios de los años 90 y, desde esa fecha, la estructura y evolución de la compañía, tanto a nivel comercial como de partnerships con los principales mayoristas y retailers del sector, no ha hecho más que evolucionar hasta conseguir liderar los principales segmentos de accesorios en los que estamos presentes.

¿Cómo ha sido la adaptación de Logitech a la era digital?

En Logitech somos conscientes de que el usuario y la tecnología han evolucionado muy rápidamente en pocos años: ahora todo el mundo quiere acceder a sus contenidos independientemente del dispositivo que esté utilizando: TV, pantalla de ordenador, Smartphone o tablet. Por este motivo, nuestra prioridad es la de desarrollar soluciones que se adapten a sus necesidades. De allí que la gama actual de Logitech sea muy diferente a la de hace apenas 5 años. Si bien mantenemos nuestro enfoque y liderazgo en las categorías que han sido clave para nosotros en estos 30 años de historia, estamos también en disposición de ofrecer dispositivos muy avanzados para acceder a contenidos musicales y redes sociales de forma inalámbrica (gama Squeezebox), los mandos a distancia más avanzados del mundo (Harmony), sistemas de videovigilancia para el hogar o pequeños negocios y, desde 2011, la más amplia y sofisticada gama de accesorios para iPad.

De su amplia gama de referencias, ¿Qué productos destacaría y cuál es el mejor aceptado por el consumidor español?

Quizás destacaría 3 productos que reflejan los valores que hemos comentado antes (diseño, tecnología y simplicidad). El primero es el Solar Keyboard Folio para iPad, una funda protectora con teclado Bluetooth incorporado y que consume exclusivamente energía luminica: con una carga completa puede funcionar hasta 2 años en plena oscuridad.

Otra novedad es el altavoz Logitech UE Air Speaker. Siempre hemos apostado por la categoría de audio digital, y el Air Speaker es nuestro primer altavoz con tecnología AirPlay de Apple (hace uso de la red WiFi para transmitir sonido sin pérdida de calidad). Combina un diseño minimalista, muy elegante y con unas prestaciones sonoras difíciles de igualar. Además dispone de base de carga para iPhone, iPod y iPad, y se configura en pocos segundos gracias a una App con la que también podremos adaptar algunos parámetros (agudos

y bajos) en base a nuestras preferencias o tipo de música.

Por último, y como prueba de que incluso en las categorías “tradicionales” es todavía posible sorprender con soluciones innovadoras, destacaría el Logitech Cube, un ratón de forma rectangular y tamaño minúsculo que, si se levanta de la mesa, se transforma en un práctico presentador: cualquiera que necesite realizar presentaciones en Power Point agradecerá un producto tan versátil y, a la vez, elegante.

Desde Logitech, ¿Qué se está realizando en el punto de venta para la formación de los vendedores?

Nuestro portfolio de productos es cada vez más amplio y variado, por lo que es imprescindible que nuestro equipo comercial sea conocedor, en todo momento, tanto de las estrategias de la compañía como de los productos clave de nuestra gama. Y este conocimiento se debe trasladar, a su vez, al punto de venta, pues somos conscientes de que, en un porcentaje muy elevado, el usuario final toma sus decisiones de compra frente al lineal. Para ello contamos con diferentes herramientas: por un lado la formación personal que nuestros propios comerciales ofrecen a los responsables y gerentes de las tiendas. Asimismo hacemos un esfuerzo importante en materiales PLV de tipo educacional y, en determinadas ocasiones, incluso con productos en demo para que el usuario pueda interactuar y conocer de primera mano las prestaciones de una u otra referencia. También hemos hecho un esfuerzo importante en clientes clave a la hora de implantar proyectos de Category Management. Y desde hace unas semanas, está disponible en España una web destinada precisamente a informar a las tiendas acerca de nuestros productos, novedades, lanzamientos, ofertas, materiales PLV disponibles, fichas de producto... Esta web, partner.logitech.com, se convertirá poco a poco en una de nuestras principales fuentes de información para todos aquellos que deseen estar al día de la gama Logitech.

¿En que se diferencian los productos Logitech de sus competidores? ¿Qué le diría a los establecimientos que aún no cuentan con sus referencias?

Logitech dispone, desde hace un tiempo, de productos que se adaptan –por precio y prestaciones- a todos los segmentos de usuarios, muy especialmente en nuestras categorías más tradicionales (ratones, teclados, webcams, altavoces para PC). Pero la diferencia principal respecto al resto de competidores es que todas nuestras referencias siguen las premisas fundamentales de Logitech: diferenciación en



cuanto a diseño, facilidad de uso, tecnología y prestaciones. Si a esto le sumamos un equipo comercial accesible en toda la geografía española, un sistema de garantías y una atención al cliente que minimiza los niveles de insatisfacción y reclamaciones, claramente Logitech es una marca por la que vale la pena apostar.

En cuanto a la Asistencia Técnica, ¿Que garantía ofrece Logitech al consumidor?

Como fabricante líder, nuestra obligación es ofrecer las máximas garantías ante posibles defectos de fabricación y, obviamente, acorde con la legislación vigente. Por este motivo, nuestros productos disponen de una garantía postventa que cubre de 2 a 3 años en función de la referencia.

Asimismo disponemos de un SAC tanto telefónico como vía e-mail, en el que ofrecemos asistencia a nivel de información técnica como de devoluciones, actualizaciones de software, etc. Toda esta información está disponible en nuestra web, y más concretamente en el siguiente link: <http://www.logitech.com/es-es/support-downloads>

Logitech realiza importantes labores de investigación. ¿Nos podría detallar en qué consisten?

Tal como ya hemos comentado en puntos anteriores, las claves del éxito de Logitech en estos más de 30 años de historia se basan en tres pilares fundamentales: diseño, innovación tecnológica y simplicidad. Y por muy simple que pueda parecer esta premisa, detrás hay

una constante investigación que se desarrolla a diferentes niveles: por un lado el estudio del consumidor, del usuario actual o potencial, de sus hábitos, preferencias, de la evolución de las tecnologías y cómo interactuamos con ellas. Este tipo de estudios se desarrollan en diferentes países y de forma continuada.

Desde el punto de vista técnico, de producto, la investigación se centra en la búsqueda de soluciones que permitan la mejor interacción posible entre el usuario y los dispositivos con los que trabaja o disfruta.

La combinación de ambas es lo que permite que Logitech siga estando siempre un paso por delante de nuestros competidores, ofreciendo soluciones tecnológicas que muy pocos están en disposición de fabricar.

¿Con que novedades nos sorprenderán este año?

Este año Logitech sorprenderá con novedades en todas y cada una de las categorías clave para nuestro futuro como marca; entre ellas, accesorios para Ipad, sistemas de altavoces de Digital Audio de elevadas prestaciones, y muchas otras en ratones, webcams, teclados... Sin duda 2012 será un año especialmente importante para nuestra marca.

