



FOTO: SONY

Campaña de Navidad 2014

Compras navideñas muy prácticas y tecnológicas

La Navidad es el momento de mayor concentración de compras del año. Esta tendencia es especialmente acusada en el caso de la electrónica de consumo y el PAE, ya sean aparatos de cuidado personal, hogar o cocina. Las compañías tienen claramente identificados cuáles son los productos que mejor se moverán durante esta campaña y preparan sus acciones de comunicación y marketing para reforzar las ventas.

Tras varios años con el consumo realmente deprimido, parece que la campaña navideña del presente ejercicio puede darnos algunas alegrías. Si atendemos al entusiasmo con el que los consumidores parecen haber acogido iniciativas como el 'Black Friday' o el 'Cyber Monday', podríamos aventurar que esta Navidad va a ser mejor que la anterior.

Tradicionalmente, los productos que mejor salida tienen durante estas fechas son aquellos destinados al regalo, así como pequeños 'caprichos' que nos concedemos a nosotros mismos. Aquí destacan los productos de electrónica de consumo, donde también incluiríamos telefonía y navegación GPS. Se trata de los obsequios más recurrentes y apreciados, por lo que son un valor seguro en Navidad.

Otra categoría que acostumbra a captar la atención de los usuarios es el PAE. En este caso, habría que diferenciar tres subcategorías: belleza y salud, cocina y hogar. Hay que prestar especial atención al segmento de cocina, ya que junto al habitual interés por las cafeteras exprés, en particular los modelos de cápsula, este año hay que añadir la pujanza de los aparatos semiprofesionales (robots de cocina, batidoras...), impulsados por el éxito de los programas de cocina que arrasan en televisión.

Tener un buen surtido de estas categorías de producto nos garantiza el repunte de las ventas en estos meses. Y no sólo en estas gamas, sino que si el cliente acude a la tienda a ver y comprar estos dispositivos, se generará tráfico en tienda, lo que también puede traducirse en venta en otras familias. Además, si somos capaces de responder a la demanda del comprador en este momento puntual, seguro que nos tendrá en la cabeza cuando tenga que realizar futuras adquisiciones, consiguiendo el anhelado objetivo de la fidelización.

Las compañías saben muy bien cuáles son los productos que mejor funcionarán, por lo que refuerzan la visibilidad de sus referencias con el lanzamiento de novedades, anuncios en televisión, patrocinios, instalación de PLV, promociones, campañas en redes sociales, etc. Todas estas inversiones de las marcas en la promoción de su producto nos ayudarán a mejorar las ventas en estas fechas.

A continuación, repasamos algunos de los productos que más juego darán en Navidad, así como las actuaciones que las firmas están desarrollando para animar al comprador.

ELECTRÓNICA DE CONSUMO

Como explica Pedro Jesús, Marketing Head de Sony Iberia, "la Navidad es una época en la que nos gusta repartir ilusiones a nuestras familias y amigos. Por eso son momentos de ser generosos, ser originales y buscar productos que puedan sorprender. Sin duda, las estrellas de las



FOTO: SILVERSANZ

Navidades son los productos diferentes que se pueden dar como regalos". Y la electrónica se ha convertido en la reina de la Navidad. "La tecnología se ha ido haciendo un hueco entre los regalos navideños", se indica desde bq.

En la misma línea, desde Sagemcom se afirma que "es innegable que la tecnología forma parte de nuestro estilo de vida. El mercado y los fabricantes lo saben, y por ese motivo invierten muchísimo tiempo y dinero en desarrollar soluciones que permitan a los usuarios mejorar su calidad de vida y disfrutar al máximo de su tiempo libre. En este sentido, creemos que la tecnología será nuevamente la gran protagonista durante estas Navidades, al igual que lo ha sido en los últimos años. La gran variedad de formatos y tamaños permitirá al consumidor poder regalar el dispositivo que mejor se ajuste a los gustos y necesidades de sus familiares y amigos".

Además, debemos tener en cuenta que los nuevos aparatos que van llegando al mercado están contribuyendo decisivamente a esta popularización de la tecnología. "El mercado de la electrónica de consumo cada vez es más universal y accesible y siempre ofrece alternativas novedosas al consumidor. En los últimos años se ha ido produciendo paulatinamente un giro hacia la 'usabilidad'. Es decir, ya no se enfoca tanto en el producto en

sí como en las aplicaciones que éste proporciona y que demanda el cliente", se explica desde NPG.

Éstos serán algunos de los productos más destacados:

Smartphones. "Según los estudios, los productos tecnológicos más vendidos en Estados Unidos durante esas fechas del año pasado fueron los smartphones y tablets. En España, las tablets fueron el regalo tecnológico estrella. Este año, creemos que el panorama español se va a acercar más al americano y que los smartphones van a ser el regalo estrella, especialmente por el auge de la telefonía libre", explican desde bq. "Ahora mismo, las 4,5 y 5 pulgadas son las más demandadas. Según los datos que manejamos, los factores determinantes para elegir un modelo u otro son el precio, la pantalla, las pulgadas, la cámara, la batería y el procesador. Otros factores relevantes son el diseño,

FOTO: BQ





FOTO: NPG

la marca y los accesorios disponibles”, precisa la compañía. Entre su oferta de telefonía, bq destaca el modelo ‘Aquaris E’. “Es nuestro dispositivo más vendido y creemos que va a continuar siendo así durante el periodo navideño”, señala. Igualmente, Nevir espera “buenos resultados” para sus tablets y phablets.

Asimismo, Daniel Isus, Director Comercial de Engel Axil, considera que “la gama de telefonía libre sigue en un momento dulce. Esperamos que estas Navidades tenga unas ventas importantes, sobre todo en los smartphones de gama alta y pantalla cada vez mayor”. En esta línea, reseña que Engel “ha presentado el modelo ‘Octacore’, un potente phablet con pantalla de 5,5” pulgadas, cámara de 13 megapíxeles y diseño ultrafino y ligero. Y otra de las novedades destacadas es el modelo ‘Selfie’, uno de los teléfonos con la cámara frontal

FOTO: UOY



más potente del mercado y un exclusivo mecanismo de control para las fotos en la parte posterior de carcasa”.

Por su parte, Javier Román, Director General Comercial de TV Tech, indica que la compañía “acaba de lanzar su primer Smartphone, ‘Gigatel Capture G5 HD’, y las fiestas pueden ser un buen empuje de ventas. Es un terminal muy competitivo, con el que estamos muy satisfechos y seguros, para competir en dicho mercado, y ya está teniendo muy buena aceptación porque satisface las necesidades básicas de cualquier usuario. Además, ofrece unas características muy buenas, como un potente procesador de cuatro núcleos de 1,3 GHz, pantalla de 5 pulgadas HD y una cámara de 13 megapíxeles que poco

tiene que envidiar a otros dispositivos del mercado, y por un precio muy interesante”.

Y Carlos Grande, Business Development Manager de Grupo DAS, explica que una de las bazas más relevantes de su compañía en estas fechas será el Smartphone ‘Mas’, “un modelo slim Quad Core de 1,3 GHz, pantalla de 5 pulgadas QHD capacitiva, con Android 4.4.2 y una cámara de 8 megapíxeles”.

Tablets. Tras los teléfonos inteligentes, las tablets serán otro de los productos tecnológicos más destacados. Según Gigaset, “las Navidades cada vez son más tecnológicas y, un año más, la tablet será el producto estrella en estas fechas de regalos. Se trata de un dispositivo relativamente nuevo, que sustituye a muchos otros, pues es cámara de fotos, ordenador, smartphone, libro, reproductor de audio y vídeo... todo en uno. Por tanto, hay gran parte de la población que demanda este producto. A pesar de ser mercados algo saturados en cuanto a marcas y modelos, apostamos porque tanto los smartphones como las tablets continuarán siendo productos estrella durante esta campaña. Estamos seguros de que nuestras tablets ‘QV830’ y ‘QV1030’, por su calidad y diseño, serán productos muy apreciados. Ambos modelos están funcionando bien y empiezan a ser reconocidos en el mercado. Recientemente hemos logrado un acuerdo de distribución con Phone House, que estamos seguros nos ayudará y mucho al buen funcionamiento de las ventas de estos equipos durante la campaña de Navidad”.

Por su parte, Isus se detiene en la tablet ‘Engel KIDS’, “el regalo ideal para los padres que quieren introducir a sus hijos en el mundo de la tecnología, pero bajo un cierto control, ya que permite programar qué aplicaciones y horarios de funcionamiento deseamos habilitar en el dispositivo”.

Desde JC Distribuciones también se destacan las tablets como principales bazas de la Navidad. “Recientemente hemos lanzado cinco modelos con la marca Kaos Entertainment. Dentro de la gama ‘Master Tablet’, hemos comenzado a distribuir tres nuevos modelos: ‘Master Tablet 7.85 IPS’,



FOTO: ENGEL AXIL

Giga^{Tel}

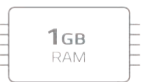
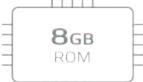
CAPTURE G5 HD



Captura el momento
y disfruta de sus 5" OGS



¡Síguenos en facebook y twitter!



Master Tablet 9.7' y 'Master tablet 10.1 Premium'. Estos modelos cuentan con altas prestaciones tecnológicas a precios muy competitivos dentro de su rango. Y como novedad, en este último trimestre hemos lanzado una nueva familia, más económica y accesible, cumpliendo con nuestra filosofía de ofrecer tecnología al mejor precio. Los modelos presentados son 'Speed Tablet 8' y 'Speed Tablet 10.1', que ofrecen muy buena relación calidad-precio".

Wearables. Son los productos de moda este año. Es previsible que los smartwatches y smartbands sean algunos de los productos estrella de la Navidad. "Son productos perfectos para regalar y sorprender porque son novedosos y tecnológicamente avanzados", asegura Jesús. "Creemos que los wearables van a dar un importante salto. Es cierto que el volumen seguirá en smartphones y tablets, pero las smartbands, smartwatches, etc., van a tener un crecimiento notable", asegura Grande. El auge del deporte y el aumento en el interés por la salud, que estamos experimentando en los últimos años, hace que estos dispositivos sean especialmente atractivos. Además, hay que tener en cuenta que los wearables responden a la nueva orientación de la tecnología hacia el consumidor y la usabilidad. Es decir, una tecnología como medio y no como fin en sí mismo. "Los wearables y sus aplicaciones son un segmento con una capacidad de desarrollo de la que no conocemos límite. Seguramente comenzarán a tener protagonismo durante esta campaña", se anota desde NPG.

El responsable de Engel Axil también destaca los wearables Android, "aprovechando el empuje de la presentación del Apple Watch". Igualmente, el responsable de TV Tech considera que "probablemente, los dispositivos wearables como los smartwatch o las pulseras inteligentes se conviertan en los productos estrellas en esta campaña navideña. En las últimas semanas hemos sido testigos de la presentación de multitud de dispositivos tecnológicos para vestir. Eso ha hecho

FOTO: MEDISANA



FOTO: TOM TOM

que el conocimiento de estas prendas inteligentes entre el público se haya generalizado y que sean muchos los que esperan a estas Navidades para equiparse con las últimas novedades tecnológicas, disparando las ventas de los wearables". Y el representante de Grupo DAS confía en el buen comportamiento en esta campaña navideña tanto del smartwatch 'Oye! Todo' como del brazalete 'Cuidate'.

Del mismo modo, Natalia Cabrera, Directora de Marketing de Garmin Iberia, destaca dos pulseras cuantificadoras, 'Vivofit' y 'Vivosmart', "dos pulseras de atractivo diseño que acompañan a sus usuarios hacia la consecución de hábitos saludables y que, además, en el caso de 'Vivosmart', también se convierte en un completo asistente que avisa de las llamadas, emails y mensajes recibidos en el smartphone".

Por otra parte, hay que destacar el desarrollo de los relojes GPS, ideales para



FOTO: GARMIN

la práctica deportiva. "Cada vez va en aumento la categoría de outdoor y fitness, con lo cual, junto a la navegación, esperamos que los relojes deportivos sean un éxito estas Navidades", señala TomTom. En este sentido, la compañía confía en que la gama de productos fitness sea muy demandada, "dado que los usuarios cada vez quieren tener más datos e información de los resultados durante la práctica de su deporte, bien sea running, bici o natación".

La responsable de Garmin se detiene también en los relojes deportivos GPS, "como el reloj para running 'Forerunner 15', que cuenta con un monitor de actividad diario que permite al usuario realizar un seguimiento de su pasos diarios, entre otras funciones; o 'Forerunner 920XT', un entrenador multideporte completo y avanzado con el que los usuarios, especialmente los que practican deportes como triatlón, podrán obtener el máximo rendimiento en sus entrenamientos y también emplearlo como asistente personal. Y es que, entre otras muchas prestaciones, dispone de tecnología wi-fi para transferir los datos de forma inalámbrica al ordenador o smartphone y bluetooth para conectarse con equipos compatibles".

El evento de las nuevas tecnologías, PAE y cuidado personal para el canal de consumo



MELCOPAE CONECTA EL PEQUEÑO ELECTRODOMÉSTICO Y CUIDADO PERSONAL CON EL CANAL RETAIL



INFÓRMATE EN WWW.MELCO2015.COM Organiza: www.aude-events.com

Melco BUSINESS CLUB TU CONEXIÓN 9-11 JUNIO 2015 // FERIA VALENCIA



FOTO: SONY

E-readers. Aunque el mejor momento de estos aparatos ya pasó, siguen despertando el interés de los consumidores. Los amantes de la lectura que aún no disponen de un lector de libros electrónico, seguro que valoran este regalo. Y aquellos que compraron su dispositivo hace tiempo, disfrutarán si pueden disponer de equipos más avanzados, con wi-fi, iluminación frontal de la pantalla, etc. “Los libros electrónicos también son dispositivos que se regalan mucho por estas fechas. Es un pequeño capricho que podemos concedernos y ayudan a que podamos leer más durante todo el año”, precisa el representante de Sony.

Cámaras de fotos. Aunque el ‘boom’ de la fotografía digital ya pasó, todavía hay muchos usuarios que están renovando sus equipos o que quieren pasarse a las cámaras réflex. “Es época de guardar recuerdos y es el momento de cambiar de cámara y hacer esas fotos que tanto nos gustan. Pero también es momento de sorprender a aquellos aficionados más avanzados, que suelen pedir en sus cartas a los Reyes Magos nuestras cámaras A7 -cualquiera de las versiones, según sus necesidades- u otras cámaras tipo ‘mirrorless’”, anota el responsable de Sony. “La gama QX son productos de lo más llamativo y especialmente perfectos para regalar,

FOTO: SAGEMCOM



FOTO: NEVIR

porque son productos únicos, muy útiles, que sorprenden y tienen un precio muy asequible. Son cámaras de fotos pero para usar con el móvil o tablet. Así podemos sacar fotos increíbles y también llamar la atención, porque muchas personas todavía no las conocen. Es muy llamativo cuando las conectas al teléfono y así tiene el aspecto de un gran objetivo”, añade.

Cámaras de acción. Como decíamos anteriormente, vivimos en un buen momento para el deporte, puesto que cada vez son más las personas que acometen algún tipo de práctica deportiva, como mountain bike, esquí, etc. Las cámaras de acción son un accesorio indispensable para los más audaces. “Este nuevo producto ha revolucionado la forma de hacer video y ha permitido crecer este mercado. Aparte de las Navidades, también comienza la temporada de esquí. Las cámaras de acción se convierten en un accesorio más, casi tan necesario como los esquís, el casco o las botas”, señala Jesús.

“Nuestra cámara de acción HDR-AS100 o la HDR-AZ1 -que es la versión mini- son productos que la prensa ha alabado y de los que estamos muy orgullosos”, apunta. Igualmente, la Directora de Marketing de Garmin Iberia habla de la cámara de acción ‘Virb’, “que dispone de una exclusiva pantalla ‘chroma’ y funciones para mejorar la calidad de los vídeos, como estabilización de imagen digital, corrección de distorsión del objetivo o ajuste de velocidad de grabación”.

Televisores. Estos aparatos se venden durante todo el año, pero también hay muchos compradores que aplazan la compra para concederse un capricho en Navidad, sustituyendo su equipo por uno más grande o con mejores prestaciones, como Smart TV, 4K, 3D, etc. “Siguen siendo los reyes de las casas. Se pueden aprovechar estas fechas para cambiarlos y buscar, sobre todo, mayor tamaño de pantalla. El mercado está creciendo en televisores de más de 46 pulgadas. La tendencia es muy clara hacia poder disfrutar las series, las películas y los deportes en grandes pantallas, que nos hacen vivir mucho más lo que estamos viendo. Además, el salto cualitativo a 4K está ayudando a hacer este cambio. Cuando uno ve una de estas pantallas, la calidad convence por sí misma. Estos televisores son uno de nuestros productos bandera porque reflejan perfectamente el espíritu de superación y preocupación de Sony por la calidad y el detalle”, asegura el Marketing Head de Sony Iberia. Nevir también confía en el buen comportamiento de los últimos modelos Smart TV lanzados al mercado. Igualmente, NPG destaca que su principal apuesta “se centra en el principal protagonista del ocio doméstico, el televisor. Y en nuestro caso, Smart TV con Android, por todas las posibilidades que este sistema operativo ofrece a nivel de usabilidad; así como los dispositivos que complementan a éste, que empiezan a formar parte indispensable del parque tecnológico de cualquier hogar”. En este sentido, la compañía destaca sus equipos con un portal de acceso diseñado exclusivamente por NPG, “para proporcionar al usuario un acceso sencillo a los contenidos y servicios que hasta ahora sólo eran accesibles a través de otro tipo de periféricos”.

NPG® Notarás la Diferencia



Descubre todo lo que la
Televisión Inteligente
 puede hacer por ti



Síguenos en:
 f t g+ y in | 902 501 406
 www.npgtech.com

DESARROLLADO EN
 ESPAÑA

Proyectores. Este tipo de equipamiento se ha ido introduciendo poco a poco en los hogares para reforzar el ocio doméstico. Al igual que sucede con los televisores, es un producto que se vende durante todo el año, si bien estas fechas se prestan más a la compra de estos dispositivos. “Para los fanáticos de la tecnología, tenemos dos soluciones con las que disfrutarán de todo el contenido multimedia. ‘Philips Screeneo’ es un revolucionario proyector, que gracias a su proyección de distancia ultracorta, combinada con la más novedosa tecnología LED, permite proyectar cualquier contenido multimedia, de televisión o de internet, con un tamaño de imagen de entre 50 y 100 pulgadas a tan sólo unos centímetros de la pared. Ofrece una espectacular calidad de imagen, con colores naturales y el mejor sonido Dolby Digital 2.1. Para los más viajeros, los nuevos picoproyectores ‘Philips PicoPix’ son el el compañero perfecto, con tecnología LED, ultracompactos y totalmente autónomos, gracias a su batería y a su memoria interna. Su calidad de imagen es excelente, con brillantes colores, gracias a la tecnología ‘SmartEngine’, y hasta 140 lúmenes. Se puede conectar a cualquier dispositivo -smartphone, cámara, tablet o consola de videojuegos- y proyectar su contenido digital en alta definición”, se explica desde Sagemcom.

Dispositivos multimedia y Android. Román destaca este tipo de aparatos orientados al ocio doméstico, entre los que se incluyen productos como la serie ‘GigaTV’. “Acabamos de renovar esta gama con el nuevo disco duro multimedia ‘HD845T’, un potente disco duro capaz de reproducir en 3D, con doble sintonizador TDT en alta definición, funcionalidad ‘Timeshift’ y capacidad de hasta 3 TB.

Por otra parte, los ‘set-top-box’ y sticks Android son un buen regalo en estas fechas. Se trata de dispositivos que permiten disfrutar de las ventajas



FOTO: TOM TOM

del sistema Android en cualquier televisor, convirtiéndolo de manera sencilla en un Smart TV. En este ámbito, el responsable de TV Tech reseña sus dispositivos ‘Android HD530’, “un producto novedoso que está teniendo muy buena aceptación, al permitir que una vez conectado a un televisor convencional éste se convierta en una auténtica Smart TV con sistema operativo Android para navegar, descargar apps, etc.”.

Consolas y videojuegos. Son unos clásicos de estas fechas. Es habitual que los ‘jugones’ de la casa esperen ansiosos la Navidad para comprar o pedir consolas y videojuegos a los Reyes Magos y Papá Noel. “Las consolas Sony y Nintendo son las auténticas estrellas para esta Navidad. Por supuesto, los grandes lanzamientos de videojuegos son otro pilar fundamental para esta campaña. Y la distribución de ‘bundles’ propios, combinación de consola con videojuego y periférico, es un arma muy importante”, se explica desde JC Distribuciones.

Música. “Los más jóvenes suelen estar muy interesados en auriculares, ya que son productos muy ligados con las tendencias del momento. Además de permitir escuchar música con calidad, claro está. Sobre todo, los auriculares con bluetooth están siendo muy solicitados. Dos de cada diez unidades que se venden tienen ya esta conexión. Así podemos usarlos también de manos libres con el teléfono”, señala Jesús.

Además de los auriculares inalámbricos, también se espera buena venta de altavoces. “En Navidad, también podemos aprovechar para regalar altavoces inalámbricos. Esta familia se ha consolidado en el mercado y nos permite disfrutar de la música que tenemos

en el móvil pero a lo grande. Además, podemos encontrar el modelo que más nos guste, porque hay para todos los gustos. Pero sin duda, lo que más gusta es que se pueden utilizar con la batería que tienen integrada y disfrutar de la música hasta 8 horas sin cables”, precisa el responsable de Sony.

Navegadores GPS. Los navegadores para la conducción son ya un producto maduro, aunque siguen vendiéndose bastantes unidades, apoyándose en el valor añadido que traen los nuevos aparatos que presentan las firmas del sector. Por ejemplo, TomTom hace hincapié en “los nuevos navegadores con mapas gratis para toda la vida y ‘TomTom Traffic’, que son un referente en la navegación avanzada”.

Por su parte, la responsable de Garmin destaca los 12 modelos de la serie avanzada ‘nüvi’. “Esta gama destaca, principalmente, por contar con tráfico gratuito de por vida en tiempo real vía ‘smartphone link’, pantalla de cristal con zoom táctil y orientación dual, bluetooth en todos sus modelos y la nueva función ‘Direct Access’. Al mismo tiempo, incorpora la aplicación Foursquare, con millones de puntos de interés. Ésta ayuda al conductor a descubrir nuevos restaurantes, tiendas, servicios y mucho más. Y mediante la conexión bluetooth con ‘smartphone link’, desde Foursquare también es posible acceder a datos en tiempo real, como horarios de apertura o precios o comunicar la ubicación actual a amigos con tan sólo realizar ‘check-in’. Y todo eso a un precio muy competitivo”. Además, cabe recordar que la familia de navegación se ha enriquecido con nuevos dispositivos como los relojes GPS, de los que ya hemos hablado. Se trata de productos que revitalizan la categoría.

Telefonía fija. Es un mercado maduro, pero observamos un repunte en los terminales con mayor diseño, que se está convirtiendo en una tendencia. Probablemente esta Navidades este nicho presente un buen comportamiento en cuanto a ventas”, reseña Gigaset. “Apostamos por equipos de valor en todo el rango de precios. En el segmento básico acabamos de lanzar un nuevo terminal, el ‘Gigaset

Telefonía y Tablets

Los nuevos dispositivos de Gigaset aúnan diseño e innovación tecnológica. La calidad de Gigaset en tus manos.

Dune CL540A

Teléfono fijo.

Sencillamente hermoso

Nuevo



SL930A

Teléfono fijo Android™.

Mucho más que un teléfono para el hogar



QV830

Tablet Android™ 8 pulgadas.

La tablet que te inspira



Gigaset

Wherever you go.

Google, Google Play, Android and other marks are trademarks of Google Inc. The Android robot is reproduced or modified from work created and shared by Google and used according to terms described in the Creative Commons 3.0 Attribution License.

gigaset.com/es



FOTO: SILVERSANZ

A540', que tanto por su diseño ergonómico como por su pantalla iluminada personalizable con distintos colores y su menú sencillo e intuitivo, se convierte en un terminal muy atractivo. Creemos también que los teléfonos con contestador automático integrado van a ser una buena apuesta. En este sentido, contamos con diversos modelos, en todos los rangos de precios, desde el teléfono premium 'SL930A' al básico 'AL130A', pasando por nuestro recién lanzado 'Dune'. Este último es un teléfono con un diseño muy atractivo, ergonómico, con un acabado en color arena, que hacen de él un dispositivo diferente y elegante. Cuenta con una gran pantalla TFT a color de 1,8 pulgadas, función manos libres con gran calidad de sonido, agenda para hasta 200 contactos y contestador automático integrado", precisa la compañía.

Accesorios y complementos. La Navidad es una buena época para hacer regalos como fundas y carcasas de móviles y tablets, maletines de portátiles, powerbanks, sticks para realizar 'selfies', etc. Desde Silversanz se destacan complementos como las fundas con teclado para tablets o las fundas estampadas. También son interesantes los receptores wi-fi, como el 'Miracast Dongle', que apunta JC Distribuciones. "Este dispositivo permite la adaptación de los televisores a la tecnología 'Miracast', transmitiendo contenidos al televisor desde otros dispositivos, sin necesidad de cables", se explica.

Lanzamientos y promoción

Conscientes de la importancia de estas fechas para la venta de sus productos, los fabricantes y distribuidores hacen esfuerzos para llevar al cliente a la tienda e impulsar las compras. ¿Qué van a hacer en esta campaña navideña?

El responsable de Sony remarca el lanzamiento de su anuncio de las pompas de jabón, "que muestra, de forma muy gráfica y espectacular, qué significa la calidad y el detalle que se puede apreciar en los televisores 4K". Además, Jesús destaca "una promoción en la que se regalan cinco películas en 4K a los usuarios que compren un televisor

4K". Y también se hará una campaña en diarios nacionales para dar a conocer sus modelos. Todo ello sin descuidar la presencia en la tienda. "Por supuesto, estamos reforzando los puntos de venta con material PLV que pueda explicar mejor nuestro producto y podamos transmitir mejor cuáles son los beneficios de nuestro producto".

Igualmente, Nevir señala que la marca está realizando "publicidad en medios para destacar las novedades que hemos incorporado para esta campaña de Navidad, además de tener PLV comunicando estas novedades". Mientras que bq se basará en la aparición en medios a través de acciones de relaciones con la prensa y publicidad, además de publicidad en el punto de venta.

NPG especifica que sus campañas "están encaminadas a la comunicación de las posibilidades que ofrece nuestro televisor inteligente -sistema abierto Android, acceso directo a internet, aplicaciones instaladas, más contenidos y servicios adicionales, libertad de uso...-, para que el usuario pueda disfrutar de la experiencia más satisfactoria posible con nuestro producto. Estas acciones se realizan de forma continua por diversas vías, haciendo especial hincapié en esta época del año para favorecer el interés por nuestro producto en el punto de venta. Realizamos acciones según la demanda y necesidades de nuestros clientes, con el objeto de darles aquello que puedan necesitar en cada caso, estudiando con ellos la vía más adecuada, con folletos, demostraciones de producto, promociones especiales, concursos, sorteos en redes sociales, etc. Desde NPG, la comunicación es una constante de la marca, tanto a nivel offline como online, y una herramienta imprescindible para apoyar a nuestros clientes y poder llegar al usuario final".

Como vemos, las acciones promocionales hace tiempo que comenzaron y no se limitan sólo a los momentos previos a las fiestas navideñas. "Estos meses de octubre y noviembre han sido muy movidos. Engel ha participado en numerosos simposios y convenciones de la mano de nuestros principales clientes, grupos de compra y mayoristas, para preparar diferentes acciones cara a la campaña de Navidad. Estas acciones de presentación de nuestras novedades de producto han ido acompañadas de ofertas para campaña, expositores para el punto de venta, etc. Toda esta

información la hemos plasmado en el nuevo catálogo, que se encuentra disponible en nuestra página web", especifica Isus.

Los especialistas en GPS también mueven sus piezas. "Al igual que otros años, tenemos previsto realizar acciones específicas para cada división, que se irán descubriendo según se aproxime la época de Navidad. Por supuesto, nuestra campaña de marketing podrá verse en diferentes medios y soportes, entre los que destacan algunas cadenas de televisión. Quienes recorran las principales ciudades de nuestra geografía durante estas Navidades tendrán la oportunidad de encontrarse con nuestras acciones tanto en la calle, en los buses de Madrid y Barcelona, como en los puntos de venta. Asimismo, todo se completará con una campaña online y concursos en redes sociales, en la que los usuarios podrán descubrir nuestras novedades y participar activamente", explica la responsable de Garmin.

Y TomTom ha planificado algunas acciones, como el lanzamiento en diciembre de 'TomTom Golfer', un producto destinado a la práctica de golf. Además, va a ofrecer descuentos de 20 euros en los relojes runner y 30 euros de descuento en los relojes multisport. Y en navegación, sorteará un viaje para toda la familia a Tailandia. Estas iniciativas se reforzarán con PLV en el punto de venta, promocionando tanto los descuentos como el sorteo.

JC Distribuciones está combinando acciones de comunicación y marketing. "Destacan los acuerdos con diarios y revistas nacionales para ofrecer nuestros productos a sus suscriptores. El 'Miracast Dongle' y la 'Master Tablet 10.1 Premium' serán los protagonistas durante esta Navidad. Este tipo de acciones posibilitan la venta de productos, refuerzan su comunicación pública, gracias a las campañas de suscripción realizadas por los propios medios. Además, nos permiten llegar a acuerdos publicitarios con las publicaciones. La

FOTO: KAOS



TOMTOM TRAFFIC

LE LLEVA MÁS RÁPIDO HASTA SU DESTINO



TomTom GO

www.tomtom.com



FOTO: ELECTROLUX

comunicación tradicional con los medios a través de notas de prensa es otro de nuestros altavoces habituales. Y por supuesto, la colaboración con bloggers y medios especializados en tecnología, que muestran a sus lectores nuestros productos a través de demostraciones en vídeo. No nos olvidamos del email marketing y de nuestros perfiles en redes sociales, tanto de JC Distribuciones como de KAOS Entertainment”, se especifica desde la compañía.

Gigaset se decanta por el refuerzo mediante sorteos y la comunicación. “Nuestro teléfono ‘Dune’ va a comercializarse durante la campaña de Navidad

FOTO: DELONGHI



con una atractiva promoción para los usuarios. Desde el 1 de diciembre, todos aquellos que adquieren un ‘Dune’ podrán obtener gratis una tablet ‘QV830’. Para participar en este sorteo, sólo tendrán que registrarse en www.promogigaset.com y optarán a uno de estos dispositivos. Además, mediante una campaña de comunicación, continuamos destacando nuestros productos estrella, las tablets ‘QV830’ y ‘QV1030’ y los teléfonos ‘Dune’ y ‘SL930A’.

Grupo DAS ha apostado por la creación de promociones de pack. Por ejemplo, ofrece un pack con el smartphone ‘Mas’ y el smartwatch ‘Todo’ por 229 euros, así como el pack con ‘Mas’ y el brazalete ‘Cuidate’ por 212 euros. Y también disponen de packs con tablets. Además, destaca su reciente llegada a las redes sociales. “Queremos impulsarla para conectar con los consumidores e interactuar con ellos”, explica Grande.

También incide en el papel de las redes sociales el Director Comercial de TV Tech. “Hasta el momento, las redes sociales eran nuestra tarea pendiente. Pero hemos decidido que para esta campaña de Navidad teníamos que estar ya al 100% en esos canales, donde al final están nuestros clientes. Por ello, ya estamos presentes en Facebook, como TvTech, y en Twitter, como @Tvttech_ES, con el objetivo de acercarnos cada vez más al usuario final, atender a sus necesidades, informarles de primera mano sobre todos nuestros productos y lanzamientos y, en definitiva, mantenerles informados al

“El auge de los programas de televisión relacionados con la cocina, han potenciado el hecho de que todos queramos sacar al pequeño ‘cocinillas’ que llevamos dentro...”

detalle sobre nuestros pasos y dar respuesta a sus dudas y curiosidades. Además, aprovecharemos estos soportes para realizar sorteos y concursos”. Esta presencia se completará con otras iniciativas. “Tenemos planificadas algunas campañas en medios del sector tecnológico para dar a conocer nuestros productos. Y realizaremos algunos vídeos promocionales, tanto del smartphone ‘Gigatel Capture G5 HD’ como del disco duro multimedia ‘HD 845T’ para nuestros canales sociales, para, de esta forma, potenciar nuestra ventas de cara a una campaña tan importante como la de Navidad y, sobre todo, consolidar nuestro liderazgo en la distribución y venta de dispositivos multimedia y televisión digital y productos de iluminación LED”.

Por su parte, iJoy explica que todos sus esfuerzos se basarán en “folletos y acciones especiales pactados con todos nuestros clientes, además de una inversión publicitaria en los principales medios de comunicación de prensa escrita, del mismo modo que en revistas especialistas y marketing online”. Y Sagemcom va a reforzar su presencia en Navidad con el lanzamiento de una nueva gama de ‘PicoPix’ con más lúmenes y la oferta de ‘Screeneo’ a un precio más bajo.

PAE

La familia de PAE es muy extensa y está dividida en varios subsegmentos, pero todos ellos son magníficas opciones a la hora de hacer un regalo. Por eso, hay varios productos que seguro que tendrán un magnífico comportamiento en estas fechas. Veamos algunas de las opciones más destacadas para la campaña navideña.

Cocina

Robots de cocina. Los programas de televisión han puesto de moda este tipo de aparatos entre el gran público. “El auge de los programas de televisión relacionados con la cocina, como ‘Top Chef’ o ‘Master Chef’, han potenciado el hecho de que todos queramos sacar al pequeño ‘cocinillas’ que llevamos dentro. Esto, sin duda, hará que batidoras y robots de cocina sean algunos de los regalos más demandados durante estas Navidades”, se indica desde Jarden Consumer Solutions. Igualmente, Rebeca Trasobares, Brand Manager Assistant CP de BSH, señala que “desde la aparición en televisión de los programas de cocina, existe un creciente interés por el ámbito culinario. Aunque los robots de cocina llevan bastante tiempo en el mercado, este tipo de programas televisivos han potenciado su conocimiento y fomentado su uso. Por ello, creemos que de cara a la campaña de Navidad, los robots de cocina serán los productos estrella. Algo similar sucede con las batidoras de



www.mycook.es

taurus
Mycook



Fácil, rápida y
con sabor mediterráneo.



FOTO: BSH

repostería, muy demandadas por los amantes de la pastelería”. Así, explica que sus expectativas para estas fechas se centran “en los robots de cocina Bosch ‘MUM5’, dado el gran éxito que tuvieron el año pasado entre los amantes del diseño, del color y de la buena cocina. El giro de sus accesorios en órbitas elípticas en tres dimensiones proporciona resultados más homogéneos en las mezclas. Además, incluyen múltiples accesorios de serie para disfrutar todavía más de la experiencia. Sin salir de la gama de preparación de alimentos, la gran apuesta para estas Navidades se centra en el robot de cocina más potente del mercado sin calor, el nuevo ‘MaxxiMUM’ de Bosch. Sin duda, es el complemento ideal para los cocineros más exigentes, gracias a la avanzada tecnología que incorpora. Dispone de ‘SensorTechnology’ para mantener la misma velocidad de mezclado y así obtener masas homogéneas. El ‘amasado planetario 3D’ permite que todos los ingredientes queden perfectamente incorporados y el sistema ‘EasyArmLift’ eleva el brazo fácilmente. Además, tiene posición automática de parking de la herramienta de mezcla para incorporar los ingredientes sin ningún problema y múltiples accesorios de serie, entre ellos, un mezclador profesional con bordes de silicona”.

En esa línea, Electrolux deposita grandes esperanzas en ‘Assistant’, “un avanzado robot de cocina destinado a aquellos que piensan que la comida sabe de forma diferente cuando se hace de forma casera y con ingredientes cuidadosamente seleccionados. ‘Assistant’ puede procesar alimentos muy variados, como carne, líquidos, masas, dulces, etc. Incorpora de serie varios accesorios con los que procesar todo tipo de alimentos, como batidor de varillas, batidor plano, gancho amasador y una práctica tapa anti salpicaduras. Además, se pueden incorporar otros accesorios adicionales, como un set de pasta, de ensalada y una picadora de carne. Otra de sus características más destacadas es que dispone de dos recipientes, un bol principal de acero inoxidable, con una capacidad de 4,8 litros y asa incluida, y un bol secundario, también de acero inoxidable y con 2,9 litros de capacidad. Ambos presentan una gran

resistencia y calidad. Incorpora, además, un sistema de iluminación LED de luz blanca enfocado directamente al bol. Y cuenta con una potencia de 1.000 W”.

Igualmente, De’Longhi afirma que “el mercado de robots de cocina se encuentra en un momento de gran expansión. De hecho, este mercado se está casi duplicando. Y los robots de cocina serán un gran reclamo sobre todo para la preparación de los platos navideños y de los postres”. La compañía cuenta con varios productos en esta categoría, todos ellos con la marca Kenwood. “En primer lugar, ‘Cooking Chef’, el único robot que cocina por inducción, alcanzando los 140 °C de temperatura. Chefs de la talla de David de Jorge, Martín Berasategui y Mario Sandoval están usando ‘Cooking Chef’ en televisión en sus respectivos programas. En segundo lugar, el nuevo ‘Chef Sense’, la revolución de los robots de cocina, lanzado al mercado en octubre de 2014, con un gran apoyo en los medios de prensa. Y finalmente, la gama

“El mercado de robots de cocina se encuentra en un momento de gran expansión. De hecho, este mercado se está casi duplicando...”

‘Kmix’, el robot más goloso de Kenwood, una gama de robots de cocina de diseño único, para preparar los mejores postres estas Navidades”.

Desde Taurus se destaca ‘Mycook’, el robot de cocina de la firma. “Es el producto estrella de la compañía. Por eso, nuestras expectativas están depositadas en este producto. Es nuestra protagonista de la campaña de Navidad 2014, porque es la apuesta más significativa en innovación por parte de la compañía y fruto de más de tres años de investigación. Destaca por su propia tecnología patentada de inducción y báscula, que permite alcanzar los 120 °C de temperatura, de una forma mucho más rápida que otros procesadores de alimentos. La unión de estas prestaciones a la magnífica cocina de nuestra tierra ha llevado a desarrollar un recetario donde destacan sabrosos platos y guisos de toda la vida, sin olvidar la creatividad ni la comida saludable. Y siempre de una forma fácil, rápida y limpia. Además, destaca la potente comunidad y Club Mycook (www.mycook.es), así como la presencia en las redes sociales, que permite a los usuarios disponer de miles de trucos y recetas, pudiendo mostrar y compartir sus nuevas creaciones en la red”, se explica.

Asimismo, Sagemcom se refiere al lanzamiento del robot de cocina Redmond ‘M90’, como “el mejor aliado en la cocina, gracias a sus sofisticada tecnología de cocción lenta. Basta con incorporar los ingredientes y seleccionar el programa y tiempo de cocción deseado para disfrutar de estupendos platos, pudiendo dedicar el tiempo a otras tareas. Tanto si el usuario tiene pocos conocimientos de cocina, como si es un ‘cocinilla’ al que le gusta experimentar platos nuevos, los robots de cocina Redmond revolucionarán la forma en la que

FOTO: TAURUS



Conservación clásica | Conservación envasado al Vacío FoodSaver®

¡Frescura que dura hasta 5 veces más !

- Reduce el nivel de desperdicio
- Conserva todos los nutrientes
- Ahorra dinero ya que apenas tiras comida a la basura



Haz que tus alimentos duren más tiempo

CONGELADOR	CONSERVACIÓN TRADICIONAL	CONSERVACIÓN AL VACÍO FOODSAVER	NEVERA	CONSERVACIÓN TRADICIONAL	CONSERVACIÓN AL VACÍO FOODSAVER
	6 MESES	2 - 3 AÑOS		1 - 2 SEMANAS	4 - 8 MESES
	6 MESES	2 - 3 AÑOS		3 - 6 DÍAS	2 SEMANAS
	6-12 MESES	1 - 3 AÑOS		1 - 6 DÍAS	1 - 2 SEMANAS
	6 MESES	2 - 3 AÑOS			

cocinará. Y le permitirá descubrir nuevas recetas y nuevos sabores, al tiempo que podrá disfrutar de más tiempo libre”. Además, para reforzar este lanzamiento, los usuarios disponen de una app para el móvil con las mejores recetas, paso a paso.

Por su parte, Silversanz incide en “la nueva cocinadora de la marca Superchef, para aquellas personas que no tienen tiempo o no les gusta cocinar. De este modo, les facilitamos la vida”. Por eso, este tipo de productos son muy apreciados como regalo en estas fechas.

Batidoras. Este producto también va de la mano de la popularidad de la cocina y la repostería. De’Longhi indica que “estas Navidades serán un momento dulce para la Braun ‘Minipimer’, pues las cremas de verduras son uno de los platos que se preparan principalmente en invierno”. El grupo dispone de varios productos, como la nueva ‘Minipimer 5 Vario’, lanzada en octubre; la ‘Minipimer 7’, que repite campaña en televisión esta Navidad; o ‘Identity’, una nueva línea de preparación de alimentos que complementa la gama ‘Minipimer 5 Vario’ y que cuenta con una licuadora y una batidora de vaso.

Electrolux también se refiere a la batidora de repostería ‘PerfektMix ESM1250’, “que permite obtener resultados mucho más homogéneos gracias a sus cinco velocidades y a su función turbo. Incluye dos varillas batidoras y dos ganchos amasadores, todos aptos para el lavavajillas. El bol de alta calidad y tres litros de capacidad evita que se impregnen sabores y olores, siendo además muy fácil de limpiar. Y cuenta con un arranque progresivo antisalpicaduras”.

En este mismo tipo de productos, Jarden Consumer Solutions destaca el lanzamiento de una actualización de colores de una de las batidoras más exitosas de la marca Oster, el modelo ‘Monterrey’. “Se trata de colores muy frescos y juveniles, para dar un toque de color a las cocinas. Además,



FOTO: DELONGHI

hemos presentado una amasadora con doble motor que hará las delicias de los más golosos”, se explica.

Aparatos específicos. En el mercado hay un vasto universo de productos destinados a la preparación de platos específicos (gofres, sándwiches...) o para cocinar de una manera determinada (freir, asar...). Aquí encajan aparatos como tablas y grills de asar, raclettes, sandwicheras, freidoras, paellas y cazuelas eléctricas, vaporeras, pequeños hornos, gofreras, creperas, fondues, hervidores, cuecehuevos, yogurteras, heladeras, máquinas de ‘fun cooking’, etc. Por ejemplo, la representante de BSH se refiere a ciertas referencias de Ufesa. “como son la vaporera ‘CV3000’, la panificadora ‘PN5000’, el deshidratador de alimentos ‘DA5000’ y la jarra filtrante de agua ‘JA3000’. Todos ellos productos muy en auge, dado el creciente interés

en mantener una alimentación sana y en elaborar nuestros propios alimentos en casa”.

Y Jarden Consumer Solutions destaca el lanzamiento de la sandwichera ‘VST041X’ de Breville, “con la que además conmemoramos el 40 aniversario del lanzamiento de nuestro primer modelo”.

Desayuno y cafeteras. La Navidad es un buen momento para renovar los aparatos de desayuno, esos tan buenos aliados a la hora de ponerse en marcha cada día. Los principales productos son tostadoras, exprimidores y sandwicheras. Para estas fechas tan propicias al regalo, hay que hacer hincapié en los productos que ofrecen algo más que funcionalidad, que se prestan más al regalo, como los aparatos de más diseño. Además, en este ámbito, destacan especialmente las cafeteras. Y muy en particular, las cafeteras exprés y los modelos de cápsulas monodosis. “En los últimos años, los productos estrella que más se comercializan en Navidad en el sector del PAE son los relacionados con el mundo del café, como las cafeteras espresso o de cápsulas, que llevan años en lo más alto de las ventas estivales”, se apunta desde Electrolux. Así, la compañía destaca la cafetera ‘EasyPresso EEA111’, “con su bomba profesional de 15 bares de presión, que puede crear más de un centímetro de crema. Cuenta con una función de vapor y agua caliente y con apagado automático al cabo de 30 segundos. Su acabado es en acero inoxidable y color negro, y su potencia es de 1.250 W”.

Igualmente, De’Longhi reseña que la categoría de café “lleva todo el año en crecimiento”, de modo que es “una categoría en expansión, sobre todo, en el caso concreto de las superautomáticas, categoría en la somos líder mundial, y en bomba tradicional”. De’Longhi explica que las superautomáticas son “una tipología de cafeteras que incluyen un molinillo de café integrado, gracias al cual, con tan sólo presionar un botón, el consumidor podrá disfrutar de un café recién molido. Además ofrecen la posibilidad de personalizar al máximo



LAVADO
PERFECTO.
SECADO
PERFECTO.



ÖKOKOMBI PLUS DE AEG.
LAVADORA Y SECADORA
DOS EN UNO.

Presentamos el sistema de lavado y secado de mayor eficiencia energética del mundo. Comparada con las lavasecadoras tradicionales de clase A, la ÖKOKOMBI Plus consume hasta un 40% menos de energía. Gracias a su exclusiva tecnología de bomba de calor, el ciclo de secado no utiliza agua. Se puede lavar y secar la misma cantidad de ropa (hasta 6 kg) de una vez. El resultado: la perfección. www.aeg.com.es



FOTO: JARDEN CONSUMER

la preparación, eligiendo entre un café largo o corto, más o menos intenso y a la temperatura deseada". Así, se detiene en algunos lanzamientos de la marca. En primer lugar, 'Auténtica', "nueva gama de cafeteras superautomáticas, que junto a 'Primadonna XS', son las cafeteras más estrechas del mercado, con tan sólo 19,5 centímetros de ancho. Se trata de una gama formada por tres modelos: uno manual, uno digital y uno con sistema 'Cappuccino Automático' y sistema 'LatteCrema', por el que la cafetera prepara directamente a la taza un perfecto cappuccino, con tan sólo presionar un botón". Y también señala la gama de cafeteras con bomba tradicional 'Dedica', "formada por 3 cafeteras en color negro, plata y rojo, que gozan de un diseño único en el mercado". Según se explica, "es la cafetera de bomba tradicional más estrecha del mercado, con tan sólo 15 centímetros de ancho".

Por su parte, Jarden Consumer Solutions destaca “la cafetera ‘Coffe To Go!’, una práctica cafetera de goteo con una jarra termo de medio litro para llevar a todas partes cómodamente y disfrutar del mejor café a cualquier hora; y el hervidor ‘VKJ884X’, de un litro de capacidad y con un diseño en color blanco nacarado para desayunar al más puro estilo ‘british’ todas las mañanas”.

Otros productos. “No hay que perder de vista a las envasadoras al vacío. Para mantener la nevera ordenada y conservar las propiedades de los alimentos intactas, proponemos la envasadora ‘FSS003X’ de FoodSaver, un nuevo modelo con



48 protiendas

un diseño muy atractivo y reducidas dimensiones, con función de vacío y sellado automáticos y un modo de sellado independiente para comidas delicadas o líquidos", indica Jarden Consumer Solutions.

Por otra parte, hay varios otros pequeños productos que no funcionan nada mal, como las jarras purificadoras de agua, básculas de cocina o el enorme universo de preparación de alimentos, con picadoras, cortafiebres, etc.

Cuidado personal

Belleza. Mientras todos, pequeños, jóvenes y mayores, se preparan para recibir los días más especiales del año, el mercado se dispone para ofrecer aquellos productos que harán posible que estas navidades luzcamos nuestro mejor look. Los productos 'top' de estas Navidades son los moldeadores para el público femenino y los barberos para el público masculino. Como principal tendencia femenina en peinados, vemos que ya no están tan de moda la melena muy lisa al estilo japonés, sino que la tendencia es la melena ondulada o con rizos definidos, que sólo se consigue gracias a los moldeadores o planchas con función 2 en 1. Las grandes marcas lo ponen tan fácil que podremos encontrar moldeadores que nos indican con un pitido cuándo tenemos el rizo listo y así podemos obtener siempre el mejor resultado y lucir una melena espectacular", apunta Reyes Embid, Brand Manager de Groupe SEB. En este sentido, destaca los productos de la marca Rowenta, con soluciones como la gama 'Respectissim', "que incluye la ya exitosa plancha 'Respectissim Liss&Curl' y su nuevo moldeador 'Precious Curls'. Dicha gama se ha concebido bajo el concepto del respeto del cabello, por lo que cuida y respeta la belleza natural del cabello gracias a su exclusiva y avanzada tecnología para conseguir resultados perfectos a tan sólo 170 °C. Además, lanzamos el nuevo moldeador automático 'So Curls'. Por otro lado, Embid reseña que "como principal tendencia masculina, la barba está de moda. Tanto el público más joven como el maduro, se lanza a la

calles a lucir su barba de múltiples estilos. Y para su mejor cuidado, las grandes marcas de cuidado masculino nos presentan barberos especializados para lucir una barba perfecta”.

Igualmente, desde Silversanz se explica que “algunos de los productos estrella para estas Navidades son los de cuidado personal, producto ideales, de mucho valor, a un precio muy competitivo”. En este sentido, la compañía destaca los artículos de Remington, como cortapelos, secadores, planchas, fotodopiladoras, etc.

Salud y bienestar. Los productos relacionados con la salud son una muy buena opción de regalo en estas fechas. Y no sólo para las personas más mayores, sino también para todos los que nos preocupamos por nuestro bienestar. En este ámbito contamos con artículos como tensiómetros, básculas con analizadores de grasa y productos para controlar el rendimiento deportivo, como resalta Daniel Vives, Director General de Medisana.

También descubrimos nuevas tendencias, que se mueven hacia productos muy avanzados tecnológicamente. “Creemos en la tendencia consolidada de los productos con conectividad a dispositivos móviles”, especifica. Por ejemplo, podemos encontrar básculas y tensiómetros que nos permiten volcar los datos al PC o al móvil, pudiendo monitorizar nuestra evolución y tener un control total sobre los parámetros analizados por estos dispositivos.

El tratamiento y purificación del aire es un segmento también muy destacado, especialmente en esta época invernal, donde sufrimos más afecciones respiratorias. “Hemos lanzado una nueva línea ‘Medisana Air’, con purificadores que incluyen filtros 3M, seis difusores de aromas y tres nuevos humidificadores”, señala Vives. Y también son apreciables las soluciones de calor textil. “Hemos



FOTO: SILVERSANZ

ampliado nuestra gama con 16 nuevos modelos, que incluyen tejidos respetuosos con el medio ambiente, 'Oekotex'™, puntualiza.

Hogar

Aspiración. Es una de las categorías con mejor perspectiva dentro del subsegmento de hogar. Destacan especialmente los robots y los aspiradores escoba o de mano, productos con un mejor perfil como regalo. Aunque no podemos olvidarnos del rey de la categoría, el clásico equipo de trineo. “En estas fechas se venden muy bien los aspiradores, sobre todo aquellos aparatos de los que se puede hacer un uso complementario, como las escobas o los aspiradores de mano”, señala Electrolux. “Contamos con una serie de productos perfectos para regalar en Navidad porque se adaptan a la demanda del mercado, además de destacar por su calidad y prestaciones. Hablamos de la nueva familia ‘Ergorapido’. Los nuevos equipos tienen unas ruedas más grandes y largas, con giro de hasta 180 grados, lo que mejora su utilización en superficies más complejas, como alfombras y moquetas. Además, son capaces de mantenerse por sí mismos en posición vertical, sin ayuda de ningún soporte. Su diseño es moderno y funcional, en una actual y vibrante variedad de colores. Y siguen contando con las innovadoras características que los han situado en el sector



FOTO: ELECTROLUX

premium de escobas aspiradoras, tales como la tecnología 'Brush Roll Clean', un avanzado sistema que elimina los pelos y fibras que se enredan en el cepillo. También se incorporan baterías de litio de 18 V en tres de los cuatro modelos nuevos, que proporcionan un gran potencia de succión, un menor tiempo de carga, de tan sólo cuatro horas, y una mayor autonomía, de más de 30 minutos. Al igual que las familias anteriores de

'Ergorapido', cuentan con sistema de iluminación del suelo LED en el cepillo y con el funcionamiento 2 en 1: por una parte, el aspirador escoba; y por otra, el aspirador de mano extraíble", especifica la compañía.

Además, Electrolux espera una buena venta navideña de la familia de aspiradores sin bolsa 'UltraFlex'. "Se trata de aparatos diseñados para limpiar hasta los rincones más inaccesibles del hogar gracias a su gran flexibilidad y rendimiento. Destacan

SILVER
ELECTRONICS
LIGHTING

LED

Intensidad regulable de 0-100%
Compatible con la mayoría de reguladores del mercado

Silver Sanz
c. Juan de la Cierva 15 08960 St. Just Desvern, Barcelona
Tel (+34) 934 739 085
silversanz@silversanz.com
www.silversanz.com

Designed by
Silver Electronics

**LED DE
INTENSIDAD
REGULABLE**



FOTO: ELECTROLUX

por su gran facilidad de uso y maniobrabilidad, consiguiendo excelentes resultados de recogida de suciedad en todas las superficies. Incorporan la tecnología ‘Turbo Cyclonic’, que ofrece una capacidad de aspiración optimizada para atrapar más polvo y obtener mejores resultados de limpieza. Además, separa el polvo y lo coloca en los laterales del depósito para garantizar un proceso de vaciado más fácil e higiénico. También puede limpiar una habitación de punta a punta sin necesidad de cambiar constantemente de enchufe gracias al radio de acción de 12 metros que ofrece ‘Multi Room System’. Por otro lado, con sus ruedas ‘Motion Control System’ se puede cambiar de habitación de forma controlada e impecable, ya que garantiza movimientos estables, giros perfectos y una tracción dinámica del aspirador. Otras de las características más reseñables de ‘UltraFlex’ son su bajo consumo de energía, un 65% inferior que el de un aspirador de 2.100 W, y la incorporación de varios accesorios, entre los que destacan, en algunos modelos, una boquilla plana aerodinámica, gracias a la que se puede llegar detrás, debajo, encima y alrededor de los muebles”. La firma adelanta que en España se van a comercializar los modelos de ‘UFParketta’ y ‘UFAnimal’. “‘UFParketta’ cuenta con triple clasificación energética A, una potencia de 800 W e incorpora el cepillo ‘AeroPro Parketto Pro’ para la limpieza de suelos duros. Por su parte, el modelo ‘UFAnimal’ incorpora un cepillo mini turbo especial para aspirar el pelo de mascota de colchones, sofás, tapicerías y alfombras”.

Y en aspiradores de mano, Electrolux habla de ‘Rápido’, “otra opción perfecta para regalar, con sus ruedas delanteras extrasoft, la tecnología ciclónica, dos velocidades, una boquilla extensible, autonomía en algunos modelos de hasta 16 minutos, carga en sólo cuatro horas y soporte de carga multiángulo con 5 posiciones. Uno de los modelos incluso aspira líquidos”.

Por su parte, Trasobares habla de los aspiradores Bosch. “La familia da la bienvenida al nuevo aspirador escoba ‘Athlet BCH6ATH25K’, al que podemos ver actualmente en televisión. En los últimos meses, los tradicionales aspiradores trineo están dando paso a este nuevo tipo de aspirador, práctico, manejable, sin cable y sin bolsa. El aspirador ‘Athlet’ incorpora la tecnología ‘SensorBagless’, que consigue mantener el máximo nivel de rendimiento con el menor nivel sonoro. Mantiene un alto rendimiento durante más tiempo gracias a las nuevas batería de ion-litio. Además de silencioso, también es ultraligero, flexible y fácil de limpiar con el sistema ‘EasyClean’, perfecto para cualquier tipo de superficie”.

Planchado. Es otra de las categorías de PAE de hogar que mejor responde en estas fechas, debido a su buen encaje como producto de regalo, especialmente en el caso de los centros de planchado. Precisamente, la responsable de BSH destaca el centro de planchado Bosch ‘TDS38311ES’, “que con sus 3.100 W de potencia y su autonomía ilimitada, ofrece además 8 programas específicos de planchado para cada tipo de tejido y el sistema de descalcificación ‘Calc’nClean Perfect’, el cual alarga la vida útil del aparato”. ‘También se refiere a la plancha de inyección ‘DI903239A’, una aparato “con el aspecto de una plancha de vapor tradicional pero que incorpora una innovadora tecnología que inyecta directamente el vapor en los tejidos, gracias a una bomba de inyección que alcanza una potencia máxima de 3.200 W”. Ya con la marca Ufesa, se detiene en dos centros de planchado. El primero es el centro de planchado vertical ‘ST5000’, “para planchar prendas de vestir como trajes, vestidos, ropa de cama, almohadas, tapizados, etc.”, aclara Trasobares. “El otro es el ‘PL1500’, “con hasta 2.400 W de potencia y autonomía ilimitada”.

Días de prueba, regalos y presencia en medios

Todas las compañías están reforzando la presencia de sus productos mediante todo tipo de actuaciones. El grupo BSH es realmente activo en este ámbito. Entre sus actuaciones, cuenta con periodos de prueba para



FOTO: BSH

Bosch ‘Athlet’ y para los productos de planchado. Se trata de un periodo de prueba durante 100 días. Si no convence al usuario, se le reembolsa el dinero. También ofrece regalos directos, como los 4 moldes de galletas con formas navideñas que vienen con los robots Bosch ‘MUM5’ o el obsequio de una lengua de silicona y una pala de acero inoxidable de la marca ‘Kuhn Rikon’ incluidos en el embalaje del robot ‘MaxxiMUM’ (MUMXL40G) para los clientes online.

Asimismo, debido al cambio de imagen de la marca Ufesa, está en marcha una campaña para premiar a los puntos de venta que más referencias nuevas tengan en su lineal con decoración para estas fiestas basada en árboles de Navidad con la imagen divertida de la marca. Además, para incrementar su presencia, dispone de campañas en medios y comunicación y promociones online. “Durante la campaña de Navidad, el aspirador Bosch ‘Athlet’ contará con un spot en televisión, así como el aspirador ‘AS6201’ y el centro de planchado ‘PL1500 de Ufesa’. De igual modo, durante el mes de diciembre, se ha desarrollado una campaña de medios online para dar a conocer las novedades de Ufesa, que se podrá ver en diferentes portales afines al ‘target’ de la marca”, especifica Trasobares.

Siguiendo en el entorno digital, explica que la promoción de prueba 100 días de ‘Athlet’ se verá reforzada en el ámbito online con una amplia información sobre el producto en la página web de Bosch. También se podrá ver el spot de televisión antes de la visualización de algunas series a la carta. Por otro lado, este aspirador también estará disponible en algunos portales afines de internet, en el blog de Bosch, en YouTube, en Facebook y en Twitter. Y la campaña de prueba 100 días de planchado se apoyará reforzada con una amplia cantidad de información en la página web de Bosch, donde los usuarios podrán encontrar el formulario. Además, los canales de YouTube, el blog de Bosch, Facebook y Twitter también se harán eco de la plancha de inyección ‘DI90’, así como del centro de planchado ‘DS38’ Por otro lado, para el citado regalo directo de moldes con los equipos ‘MUM5’, se han desarrollado ‘banners’ y ‘teasers’ para recordar esta promoción en las páginas web de los e-commerces. Y se desarrollará una

Ahora hay una aspiradora sin cable que aspira tanto polvo como una con cable.



Motor digital Dyson V6

Un gran propulsor del motor que incrementa la potencia y el flujo de aire permitiendo una potente succión.



Ciclones 2 Tier Radial™

15 potentes ciclones dirigen el flujo de aire directamente al motor, maximizando la succión.



Lo último en cepillos motorizados

Filamentos de fibra de carbono y cerdas de nylon funcionan conjuntamente para recoger el polvo de los suelos duros y la suciedad incrustada de las moquetas.



DC
62

dyson digital slim

www.dyson.es



FOTO: ELECTROLUX

acción especial en la tienda online para los modelos 'MaxxiMUM' y 'MUM5', reforzada con la creación de contenido en el blog de Bosch, en YouTube, en Facebook y en Twitter.

Bosch también será el patrocinador oficial de electrodomésticos de la segunda edición de 'Masterchef Junior', que comenzará a finales de año. "La gran variedad de productos que entran a formar parte del universo 'Masterchef' se verá reforzada en todos nuestros canales de la mano de la imagen del programa en el punto de venta, tanto en los propios embalajes como en el material del punto de venta desarrollado para la ocasión. Etiquetas, folletos

FOTO: MEDISANA



informativos y cabeceras específicas con los productos destacarán en los centros 'top' a lo largo de toda la geografía española. Además de los productos que ya conocemos de ediciones anteriores, la familia de la serie 'Styline Red Diamond', que tan conocida es en el programa, se verá ampliada con la nueva batidora 'ErgoMixx MSM67140R', precisa la responsable de BSH.

El grupo De'Longhi también cuenta con promociones de prueba, 100 días para probar las cafeteras superautomáticas, con devolución del dinero si el comprador no queda satisfecho. Además, con la adquisición de cualquiera de estos equipos, el cliente podrá formar parte del 'De'Longhi Gold Service', un servicio VIP con varias ventajas, como la recepción automática en su hogar del 'Deluxe Coffee Pack' (valorado en 50 euros), la tarjeta VIP con número de socio y teléfono del 'call center' y la atención del 'Servicio Técnico Exprés' de la firma, que arregla la cafetera en 3 días laborables, y si no es posible, aporta una cafetera de cortesía mientras es reparada. Siguiendo en la familia del café, la firma tiene una oferta que permite llevarse un molinillo de café De'loghi gratis por la compra de una cafetera 'Dedica'.

En el ámbito de la cocina, el grupo tiene la promoción 'chef en casa': por la compra de una 'Cooking Chef', un chef irá a la casa del cliente y le preparará una comida para cuatro. Además, al comprar un 'Chef Sense', el cliente se llevará una caja de productos de alimentación gourmet, valorada en 100 euros. También en preparación de alimentos, pero de la mano de la marca Braun, ofrece 100 días de prueba de las gamas 'Identity' o 'Minipimer 5 Vario', con la devolución del

dinero si el cliente no queda satisfecho tras este periodo. Además, por la compra de una 'Minipimer 7', el usuario se lleva un accesorio de varillas para preparar todo tipo de postres.

Todas estas acciones se apoyarán con acciones dentro y fuera de la tienda. En el punto de venta, ofrecerá display DIN A4 en el lineal, 'stickers', 'stoppers' y folletos para las promociones de redención. Y en medios, el grupo dispondrá de dos campañas de la marca Kenwood. Por un lado, en el programa 'Robin Food', 'product placement' activo con el producto 'Cooking Chef' y momentos internos con 'Cooking Chef'. Este programa también está patrocinado por la firma. Por otro lado, participará en 'La riera', programa autonómico donde se llevarán a cabo telepromociones con los principales actores de la serie con el producto 'Cooking Chef'. Además, se hará 'product placement' activo en el canal de YouTube de Mario Sandoval -'Cocina con gusto'- con 'Cooking Chef' y dos secciones de consejos de cocina de la mano de este producto; así como 'product placement' activo en el blog 'Recetas de rechupete', con la creación de cinco vídeos con cinco recetas imprescindibles para Navidad que se pueden hacer con 'Cooking Chef'.

La Brand Manager de Groupe SEB explica las principales acciones de Rowenta en esta Navidad. "Presentamos dos lanzamientos especiales. El primero es el barbero 'Air Force Precision' para arreglar la barba. Nos apoyaremos con material en el punto de venta y acciones digitales. El segundo es el moldeador automático 'So Curls'. También, durante esta Navidad, contamos con una campaña promocional de la gama 'Respectissim'. El comprador puede ganar un móvil Samsung 'Galaxy K Zoom' o productos Rowenta 'Respectissim' si compra un artículo de esta familia, se hace un 'selfie' y lo comparte en www.rowentarespectissimselfie.es. Rowenta también cogerá protagonismo en los distintos puntos de venta, donde encontraremos materiales como 'stoppers', folletos y 'box' con producto de las distintas novedades y de la promoción 'Selfie' de 'Respectissim'. Además, contaremos con apoyo de medios. También estaremos muy presentes en las distintas redes sociales, Facebook, Twitter, Instagram y Youtube, donde presentaremos mediante videos y sorteos todas las novedades de la marca".

Asimismo, señala que "Rowenta no deja de lado los patrocinios, siendo fiel un año más a su cita con la pasarela de moda Mercedes Benz Fashion Week Madrid en Septiembre. Además, este año contamos con Dani Mateo, uno de los humoristas más reconocidos, que será el embajador del barbero 'Air Force Precision'. También contamos con varias bloggers de moda y belleza para apoyar a la gama 'Rowenta for Elite Model Look'".

En el caso de Taurus, se desarrollará la campaña 'Enchúfate y triunfa' (www.enchufateytriumfa.com), con un concurso online y videorecetas de Alberto Chicote. También se distribuirán tres tipos de PLV.



FOTO: DELONGHI

Además, se realizarán telepromociones en 'Top Chef'. "Triunfar en la cocina es cuestión de enchufe" es el título de la nueva campaña de publicidad que Alberto Chicote protagoniza junto con el robot de cocina por inducción 'Mycook' de Taurus. Tras el éxito obtenido la pasada campaña, el reconocido chef Alberto Chicote ha querido colaborar de nuevo en esta iniciativa, que ha culminado con el lanzamiento del vídeo de resolución en el que se desvela que el único enchufe que necesitas para triunfar en la cocina... es el de 'Mycook', dando así fin a la polémica que durante unos días originó el vídeo que circulaba por internet. Chicote será de nuevo la imagen del robot de cocina durante la campaña de Navidad de la compañía, que busca situar a 'Mycook' como un básico en las cocinas de nuestro país", explica la compañía. "La campaña integral, contempla además de publicidad en diferentes soportes online y televisión, una serie de videos virales, con el primer video falso y su resolución, así como tres videorecetas llevadas a cabo por el propio Chicote. En televisión, la segunda temporada del 'talent show' culinario de Antena 3 será de nuevo la plataforma desde donde se emitirán las diferentes telepromociones, en las que el chef mostrará el funcionamiento de 'Mycook', que vuelve a ser protagonista como una herramienta imprescindible en todos los procesos que puedan necesitar los concursantes durante la elaboración de sus platos. Paralelamente, un concurso online se desarrollará en el site específico, donde el usuario podrá jugar a través de un 'quiz', respondiendo preguntas sobre Chicote, el programa 'Top Chef', así como cultura culinaria y curiosidades", comenta Taurus.

Jarden Consumer Solutions especifica su programa de acciones de cara a la campaña navideña, "destacando la campaña en televisión con FoodSaver, materiales PLV con pantalla de 10 pulgadas, atractivas promociones al usuario final en el punto de venta y un activo programa de Social Media; todo esto dirigido tanto a generar tráfico en las tiendas como a dinamizar las ventas durante la campaña".

El responsable de Medisana indica que la estrategia de comunicación de la firma "se basa en un nuevo catálogo internacional con 184 productos nuevos, tótem para punto de venta e inserciones en prensa general y revistas del sector".

Por su parte, Silversanz apuesta por promociones de artículos con regalo incluido, como la afeitadora con cortador facial de obsequio. Además, se apoyará con folletos publicitarios, publicación de las novedades en medios de comunicación y newsletters y publicidad de las novedades a través de Facebook y Twitter.

Siéntase lleno de
vitalidad y energía
con los **nuevos purificadores
de aire y difusores
de aromas con cromoterapia de**
MEDISANA®

