



Vanessa Garrido
Directora de Marketing de Garmin Iberia



“Garmin seguirá trabajando para crear y lanzar innovadores productos en cada una de sus áreas y abriéndose a nuevos mercados, dos aspectos que sin duda contribuyen al éxito cosechado por la compañía...”

“Para Garmin, la comunicación y las estrategias de marketing son también un pilar sumamente importante, porque nos ayudan a estar cerca de nuestros usuarios, distribuidores, clientes...” afirma Vanessa Garrido, Directora de Marketing de Garmin Iberia. A lo largo de la siguiente entrevista, ahonda en mayor medida en la situación actual del sector, analizando los distintos aspectos y estrategias que se está siguiendo desde su compañía.

Con más de 25 años en el mercado, ¿qué destacaría de Garmin?, ¿cuál es la misión y los valores corporativos que defiende?

Tras más de un cuarto de siglo en el mercado, lo que podemos destacar de Garmin es su espíritu dinámico, siempre con el objetivo de innovar y retarnos con cada acción o cada producto, de promover los valores relacionados con estos conceptos, con una vida sana, la seguridad, el afán de superación y el avance.

Creemos que renovarse, estar siempre a la vanguardia en el desarrollo de productos,

escuchar las demandas de nuestros usuarios y acercarnos a nuestros clientes es la finalidad de una compañía como la nuestra. Además, estos 25 años y nuestros resultados avalan nuestra filosofía de empresa, en la que nuestros clientes siempre han sido y serán la máxima prioridad.

¿Cómo han evolucionado los productos y la marca Garmin en los últimos años?

Tal y como comentábamos en la cuestión anterior, nuestros productos y la marca han evolucionado de forma pareja. Además, no

hay que olvidar que comenzamos como una empresa muy especializada en navegación profesional, para el sector de náutica y aviación, y hemos ido diversificando nuestro catálogo hasta llegar a un público amplio, que abarca hombres y mujeres de las más diversas edades.

Nos hemos ido reinventando, explorando nuevos mercados y diseñando productos actuales, siempre con tecnología a la última. Además, estamos comprometidos con diversas iniciativas deportivas y siempre perseguimos la mejor forma de transmitir a nuestros usuarios y a los ciudadanos en general que Garmin se compromete con valores como promover la vida sana, la superación, la seguridad o la solidaridad.

¿Qué le exigen los consumidores a una marca como Garmin? Precio, calidad... ¿combinan ambas cosas la enseña?

Nuestros consumidores exigen siempre lo máximo, quieren la última tecnología, productos completos y, por supuesto, una excelente relación calidad-precio. En este sentido, desde Garmin hemos convertido estas premisas en esenciales y nuestro objetivo es el de desarrollar productos completos, que cumplan con las demandas de nuestros usuarios e, incluso, adelantarnos a ellas. Esto se traduce en líneas variadas y diversas en cuanto a diseño, prestaciones, accesorios y, sobre todo, a un precio más que competitivo, lo que nos otorga un público amplio, tanto en gustos como en edades y preferencias.

Un producto novedoso, y con tecnología de última generación, necesita de una adecuada Asistencia Técnica. En este sentido, ¿cómo responde la compañía?



Disponemos de un servicio de atención al cliente gratuito y redes sociales específicas a las que pueden acudir nuestros usuarios y en las que encontrarán toda la ayuda necesaria por parte de los profesionales más cualificados en cada área.

En definitiva, atendemos mediante ambas vías las dudas y los problemas técnicos que puedan tener con sus productos.

En cuanto al diseño, ¿cuáles son las últimas tendencias que se están viendo?

Tenemos varias vertientes, en función de la gama de productos. Por un lado, en automoción la tendencia es hacia dispositivos de mayores dimensiones, que cuentan con una pantalla grande y que, además, integran cámara para ayudar y otorgar seguridad a los conductores. También tenemos modelos compactos, apropiados para conductores que reclaman productos más sencillos, pero no por ello con menos prestaciones.

En cuando a deporte y lifestyle, los wearables marcan tendencia y, por tanto, dado que los usuarios llevan estos productos en su muñeca durante todo el día, estamos trabajando siempre en modelos elegantes, sencillos, visualmente muy atractivos, ligeros... En ellos, al igual que en los relojes deportivos, la tendencia predominante es la de crear variedad de colores, modelos, diseños, intentar llegar con ello a todo tipo de usuarios, porque cada uno tiene unos gustos y somos conscientes de que, cuanto más variado y diversificado sea el producto, podremos llegar a un público más amplio.

Aun así, creemos que trabajar en diseños elegantes, compactos y ligeros, acordes a la vida dinámica predominante hoy en día, es un plus de cara a los usuarios.

¿Qué novedades concretas están lanzando o tiene previsto lanzar Garmin?, ¿nos sorprenderán próximamente?

Tenemos un gran número de novedades que hemos ido presentando a lo largo del año y otras tantas que llegarán antes de finalizar 2015. Entre los productos más destacados, destacan Edge® 520 y Edge® 20/25. Estos últimos se caracterizan, además de por sus prestaciones técnicas, por haberse convertido en los dispositivos GPS para ciclismo más pequeños del mundo.

Otro de los dispositivos estrella durante este periodo del año ha sido el renovado dispositivo, top ventas de la firma, eTrex®. En cuanto a automoción, destaca NüviCam™, un sistema de diseño especial en el que destaca una pantalla multitáctil de cristal de 6 pulgadas y una cámara integrada que proporciona información fiable

y precisa en caso de algún incidente. Diseñado como una de las soluciones de navegación portátiles más completas del mercado, ofrece las últimas funciones en cuestión de asistencia a la conducción, propias de automóviles de lujo. Este es el caso, por ejemplo, el sistema de aviso de colisión frontal, alerta de manera visual y audible si se conduce demasiado cerca del vehículo que circula delante. También, un aviso de salida de carril, en el caso de que se produzca un desvío de la carretera.

Otra de las características novedosas y más avanzadas o, lo que es lo mismo, una auténtica revolución en la navegación, es Garmin Real Vision™, que hace que la pantalla del GPS cambie automáticamente desde mapa a modo vista de cámara y, a través de señalizaciones de colores, indica dónde se encuentra el destino final de la ruta. Así se evita el esfuerzo de intentar leer los complicados números de edificios.

Por otro lado, continúan con un importante protagonismo los dispositivos pertenecientes a la vanguardista línea de wearables de la firma, entre los que destaca la pulsera de seguimiento de actividad Vívofit™ 2, la pulsera de actividad con notificaciones inteligentes Vivosmart™ y el smartwatch con GPS integrado Vívoadactive™.

Y no podemos olvidarnos de una auténtica revolución, el primer radar para bicicletas del mundo, Varia™, un sistema que alerta a los ciclistas cuando un vehículo se aproxima por detrás hasta una distancia de 140 metros. Además, la luz trasera del radar también actúa como un aviso para los vehículos acerca de la posición del ciclista, puesto que cambia su destello para alertar al conductor del coche de la presencia del ciclista. La familia Varia™ incluye, asimismo, luces frontales y traseras inteligentes que funcionan de forma independiente y, también, vinculadas con un ciclocomputador Edge® compatible. Estas luces ayudan a crear unas condiciones más seguras para montar en bicicleta ajustando la zona de enfoque de luz según la velocidad.

De cara a los próximos meses, Garmin seguirá trabajando para crear y lanzar innovadores productos en cada una de sus áreas y abriéndose a nuevos mercados, dos aspectos



que sin duda contribuyen al éxito cosechado por la compañía.

Y por último, ¿qué estrategias de marketing y comunicación están realizando o tienen previsto realizar próximamente?

Para Garmin, la comunicación y las estrategias de marketing son también un pilar sumamente importante, porque nos ayudan a estar cerca de nuestros usuarios, distribuidores, clientes...

Por esta razón, nos mostramos activos continuamente mediante campañas en redes sociales, concursos, iniciativas relacionadas con actos y lanzamientos de producto concretos, etc. Además, participamos en ferias, eventos deportivos, patrocinamos algunos de los encuentros deportivos más importantes relacionados con el triatlón, el running, ciclismo... A todo eso se suma una presencia publicitaria importante, que aumenta también en función de campañas estacionales.

En definitiva, creemos que una comunicación constante, con acciones interesantes de cara a nuestros clientes, es un buen reclamo y una excelente forma de potenciar nuestra imagen de marca.

