



FOTO: GIGASET

Campaña Navidad

Lanzamientos y promociones para la campaña navideña

Llega la Navidad y, con ello, el momento de mayor consumo del año. Los fabricantes de electrodomésticos y electrónica saben que en esta campaña se juegan buena parte de los resultados del año, por lo que ponen 'toda la carne en el asador': lanzamiento de novedades, promociones, acciones de comunicación y marketing... Repasamos algunos de los productos que mejor comportamiento se espera que tengan en esta campaña y vemos cuáles son las acciones que llevarán a cabo las firmas para impulsar las ventas.

La campaña de Navidad es fundamental para el sector del electrodoméstico y la electrónica de consumo. No cabe la menor duda de que entre este tipo de productos se encuentran algunos de los regalos más deseados en estas fechas. Por eso, tanto las tiendas como los fabricantes se preparan para afrontar la Navidad con las mayores garantías de éxito, surtiendo los establecimientos con los artículos más demandados y tratando de reforzar la venta mediante campañas publicitarias y otras acciones de comunicación y marketing, promociones especiales, presentación de novedades, etc.

Por otro lado, cabe destacar que la campaña de Navidad cada vez comienza antes. Además de adelantarse el momento de compra de los regalos navideños, fechas como el 'Black Friday' y el 'Cyber Monday' sirven para 'calentar motores' ante la inminente llegada del momento de venta más fuerte del año.

Además, las ventas no sólo se ven impulsadas por la compra de regalos, tan característicos de estas fechas, sino que también hay un buen número de consumidores que aplazan sus compras a lo largo del año para darse el placer de adquirir en Navidad aquellos productos que han estado mirando a lo largo del año, haciéndose un regalo a sí mismos con la excusa de las fiestas. En este sentido, desde Nevir se afirma que "muchas compras se han decidido posponer, a la espera de los regalos de Navidad. El usuario buscará, dentro sus posibilidades, un modelo superior al que quizá se llevaría en otro momento".

Aunque la venta de la mayoría de las familias de producto se ven afectadas positivamente en estas fechas, siempre hay algunas gamas para las que la Navidad tiene un impacto superior.

ELECTRÓNICA DE CONSUMO

Es la línea de producto más atractiva en estas fechas. Son el regalo perfecto y más deseado para todos los miembros del hogar, desde los más pequeños hasta los más mayores. "En general, los aparatos electrónicos suelen ser los 'productos estrella' cada Navidad, con una presencia cada vez más importante de dispositivos que se conectan con dispositivos móviles", se indica desde Daga. Igualmente, desde Dyson se incide en la importancia de dispositivos como tablets, móviles, smartwatches, cámaras de acción, etc. Por su parte, desde Ersaxtrade se señala que "el mercado tecnológico apunta a que este año los regalos 'estrella' serán smartwatches, dispositivos para el control telemático del hogar -smarthome- y patines eléctricos".

Igualmente, desde Garmin Iberia se apunta que "todos los productos inteligentes -smart- serán de nuevo las estrellas de este año en la campaña navideña. Creemos que los 'wearables' inteligentes son, sin duda, productos a tener muy en cuenta.



FOTO: GIGASET

No somos ajenos a esta tendencia y tratamos siempre de ajustarnos a ella. La campaña navideña es muy familiar y, como cualquier otra época destinada a realizar regalos, nos guiamos por las modas imperantes en la calle".

Smartphones

Los teléfonos inteligentes volverán a tener un gran peso durante la presente Navidad. Con un mercado de smartphones bastante grande, la renovación y mejora de dispositivos será la principal baza. "Este año, siguiendo la tónica habitual de los últimos años en lo que a regalos tecnológicos se refiere, vemos en el smartphone al gran 'producto estrella' ya consolidado de las Navidades", se asegura desde Gigaset.

'Wearables'

Puede que esta Navidad suponga el espaldarazo definitivo para este tipo de productos. "Se espera un gran incremento de ventas de los dispositivos 'wearables', especialmente aquellos que puedan llevarse en la muñeca", se explica desde Samsung. Del mismo modo, desde Tomtom se afirma que "estas Navidades los 'productos estrella' serán todos aquellos 'wearables' relacionados con el mundo del deporte, dado que se están poniendo muy de moda el 'running' y los deportes de acción". Y es que el creciente interés que demuestran los españoles por la práctica de deportes y por la salud hace que estos dispositivos vayan a ser muy relevantes en la presente campaña. "Vivimos en la era

de la conectividad y de la salud. Le damos mucha importancia a nuestro bienestar, a la información actualizada y a todos aquellos productos que nos ayuden a lograr estos fines, bien sea caminando hacia hábitos saludables, practicando deporte o, simplemente, manteniéndonos al día de lo que más nos interesa. Y todo eso se puede tener en la muñeca o acompañarnos junto a nuestro smartphone. Por eso, creemos que se trata de un producto que aúna muchas ventajas y, al mismo tiempo, existe una gran variedad en el mercado, para todas las edades, gustos y preferencias", señala la Responsable de Garmin.

FOTO: GARMIN





FOTO: TOMTOM

Así, la compañía va a apostar en esta campaña por los relojes y pulseras de actividad. “Hemos desarrollado una importante gama en los últimos meses, hemos renovado algunos de nuestros productos estrella y hemos completado nuestros relojes deportivos con funciones inteligentes. Estamos haciendo una apuesta firme e importante por escuchar a nuestros usuarios y proporcionarles lo que necesitan”.

Igualmente, desde Tomtom se destacan los relojes con música integrada, que permiten que sus usuarios puedan salir a correr escuchando música pero sin tener que llevar el móvil encima.

Navegación

Los navegadores GPS para el automóvil son todo un clásico. Los usuarios que compraron los primeros dispositivos tienen en la Navidad su oportunidad para renovar sus aparatos con modelos más modernos, con pantallas de mayor tamaño y más funciones. Y también pueden optar por los nuevos aparatos con cámara incorporada. Además de estos navegadores, la categoría se ve enriquecida con nuevas referencias. Por ejemplo, desde Garmin se destacan los nuevos radares de bicicletas, especialmente pensados para ciclistas.

Cámaras de acción

Son un producto que está experimentando un importante incremento de las ventas en los últimos meses. Al igual que sucede con los ‘wearables’, su auge está muy ligado al aumento de la práctica deportiva. “Son el complemento ideal para los que aprovechan la Navidad para practicar deportes extremos de nieve”, se apunta desde Rollei. Como se explica desde la compañía, este tipo de cámaras “permite grabar las mejores hazañas con una gran calidad gracias a su resolución de vídeo 4K y las funciones ‘loop’, cámara lenta y cámara rápida”, además incluir prestaciones como Wi-Fi, control

remoto, carcasa protectora sumergible, cabeza giratoria, adaptador de trípode, etc.

Asimismo, Tomtom se detiene en los equipos que permiten editar y compartir el vídeo instantáneamente, además de grabar en resolución 4K.

Tablets y convertibles

Aunque su peso no será tan importante como en años anteriores, seguro que la tablet volverá a tener un papel protagonista esta Navidad. Se trata de un producto muy extendido, por lo que la novedad encuentra en los detalles. Por ejemplo, Lenovo destaca las tablets con proyector integrado de hasta 70 pulgadas. Y también hay que señalar los equipos convertibles, que ofrecen diferentes posiciones, pudiendo usarse indistintamente como tablet o como portátil. “Hemos sido la primera compañía en asumir el reto de fabricar dispositivos convertibles, ya que son los equipos que los usuarios de hoy en día están demandando”, se apunta desde la compañía.

Televisores y proyectores

Aunque las mejores fechas para la venta de televisores son los meses previos a la celebración de una competición futbolística como un Mundial o una Eurocopa, la Navidad también da un empujón a la categoría. “Es la fecha más indicada para renovar los televisores que se van quedando obsoletos: sustituir el LCD antiguo sin TDT, cambiar a LED, renovar para disponer de TDT HD o aumentar a mayor tamaño de pantalla.



FOTO: LENOVO

También se dispara la venta de quienes quieren disponer de otro televisor LED de menos pulgadas en otro espacio de la vivienda distinto del salón, bien sea en la cocina, la habitación del niño, etc.”. Y Samsung remarca su importancia “como regalo para toda la familia”, destacando los modelos con funciones Smart TV o ultra alta definición.

Por su parte, desde X-GEM Ibérica se destacan los proyectores. Además de los equipos destinados para presentaciones profesionales o para configurar zonas de ocio en el hogar, la compañía se refiere a los equipos especialmente pensados para los más viajeros, picoproyectores con tecnología LED, ultracompactos y totalmente autónomos, gracias a su batería y a la memoria interna. Este tipo de aparatos se puede conectar a cualquier dispositivo -smartphone, cámara, tablets, videoconsola, PC- y proyectar su contenido digital en alta definición. Algunos modelos incluso disponen de conexión Wi-Fi.

Cámaras de fotos

Desde Sony se afirma que “la fotografía digital goza de un gran momento”, por lo que se están lanzando cámaras destinadas a todo tipo de usuario. “Cabe pensar que en Navidades esta tendencia se mantendrá y más de uno estará esperando a los Reyes Magos para que le traigan una de las mejores cámaras del mercado”, indica la compañía. Después del ‘boom’ de las cámaras réflex, la evolución de los equipos ‘mirrorless’ puede hacer que se consoliden como uno de los productos más interesantes en estas fechas.

Teléfonos inalámbricos

La venta de estos dispositivos también repunta en Navidad. Sobre todo aquellos aparatos que ofrecen valor añadido, como un diseño innovador, colores vistosos y alta tecnología. Por ejemplo, destacan los inalámbricos que funcionan con

Nueva línea
de calor
terapéutico

Con sistema inteligente de seguridad
y con nuevos diseños

ufesa
pequeños grandes
aciertos

“Estamos haciendo una apuesta firme e importante por escuchar a nuestros usuarios y proporcionarles lo que necesitan...”

Android, añadiendo al teléfono fijo las ventajas de los smartphones que operan bajo este sistema operativo. Como se señala desde Gigaset, también sobresalen los dispositivos que “conectan el mundo móvil al hogar, que vinculan la línea telefónica del smartphone con la línea fija del hogar, resolviendo así problemas tan frecuentes como una insuficiente cobertura GSM. Basta con colocar el smartphone y el dispositivo ‘MobileDock’ en un punto en el que la cobertura sea correcta para poder recibir las llamadas en cualquier estancia. A la vez, funciona como cargador para el móvil. Así se puede seguir atendiendo todas las llamadas entrantes del smartphone cómodamente desde el teléfono fijo inalámbrico, mientras el móvil se carga”.

Altavoces y auriculares

Desde Nevir se destacan los altavoces, torres y barras de sonido con bluetooth, que muestran un fuerte repunte en esta época. Por su parte, desde Shuttle & Blautel se destacan los altavoces bluetooth capaces de ser controlados mediante una app tanto para iOS como para Android, y que incorporan una pantalla que permite su personalización, a la par que informan de la hora, la temperatura, alertas de redes sociales, etc., e incluso pueden ser utilizados como despertador.

Por su parte, desde Sony se señala que “los auriculares suelen ser un gran complemento y seguro que serán un gran regalo para estas fechas. Otro gran complemento son los altavoces inalámbricos, que nos permiten escuchar la música de nuestro smartphone vía bluetooth o NFC”, por lo que “tienen muchos puntos de ser los altavoces de esta Navidad”.

FOTO: X-GEM IBÉRICA



FOTO: BLAUTEL

Complementos para smartphones

Son muchos los usuarios que cambian de móvil en estas fechas, por lo que la venta de accesorios se dispara. Desde Shuttle & Blautel se incide en los protectores "dúo", que incluye protector de cristal y funda semirrígida de TPU para proteger el smartphone, así como las fundas que combinan policarbonato y TPU para ofrecer una protección integral, así como las fundas con ventana identificativa de llamadas. Y también es un buen momento para los populares palos selfie para cámaras y smartphones. En este caso, las novedades vienen de la mano de dispositivos con cabezal giratorio para una visión panorámica de hasta 360º, "evitando que nadie se quede fuera de la foto", remarca Rollei.

Consolas de videojuegos

Son uno de los regalos tradicionales de la Navidad. Mayores y pequeños suelen esperar a estas fechas para comprar la última videoconsola del mercado para sustituir su viejo aparato. Por supuesto,

también es la ocasión ideal para ampliar la colección de videojuegos con los últimos títulos del mercado. Además, es un buen momento para adquirir nuevos mandos y otros periféricos.

Lanzamientos, comunicación y patrocinios

Las marcas son conscientes de la importancia de estas fechas para esta gama de productos, por lo que no escatiman esfuerzos con el fin de potenciar las ventas.

“Actualmente tenemos en marcha la campaña ‘#HazloReal’, con la que Samsung quiere invitar a los usuarios a que compartan sus sueños imposibles en un microsite. Entre todas las historias, elegiremos los mejores sueños para hacerlos realidad a través de la experiencia sensorial única que ofrece el dispositivo de realidad virtual ‘Samsung Gear VR’. En este microsite se puede ver el vídeo que grabamos con la historia de Daniel, un apasionado de las motos que hace diez años sufrió un accidente y desde entonces va en silla de ruedas. Gracias a ‘Samsung Gear VR’, Daniel ha podido volver a ‘montar en moto’ junto a sus amigos, en un recorrido con visión de 360º que le permitió disfrutar otra vez de la carretera”, se anota desde Samsung.

Además, la empresa reseña que “acaba de arrancar la segunda edición de la Copa Samsung, el proyecto deportivo a través del cual la compañía patrocina a 1.000 equipos de fútbol base de toda España para que 15.000 niños de entre 8 y 10 años puedan cumplir su sueño jugando al fútbol. A los equipos de benjamines inscritos les proporcionamos las equipaciones para sus jugadores, con su escudo o nombre y el logo de Samsung, así como una chaqueta para el entrenador. El objetivo de la Copa Samsung es fomentar entre los niños los valores positivos del mundo del fútbol, que les ayudarán a crecer como jugadores y como personas: esfuerzo, rendimiento académico, familia, respeto, compañerismo, integración, generosidad, hábitos saludables e ilusión”.

Sony hace gran hincapié en el lanzamiento de nuevos productos, como auriculares 'high resolution audio' con reductor de ruidos o modernas

taurus

el robot de cocina
inteligente



Nueva pantalla táctil 7" · Conexión **Wi-Fi** · Acceso al **Cloud** con recetas ilimitadas · Recetario integrado con modo automático guiado
Interactiva y comparte con otros usuarios · Inducción hasta **140°C** · Vaporera de mayor capacidad 4'5L

Mycook touch
smart cooking



APP DISPONIBILE
PARA SMARTPHONES



Mycook
COMMUNITY

YouTube Pinterest Facebook Twitter

CREA. COCINA. COMPARTE

www.mycook.es



FOTO: NEVIR

cámaras de fotos ‘mirrorless’. Acompaña estas presentaciones con otras acciones específicas. “Estamos destinando un porcentaje muy alto al punto de venta. Pensamos que es clave que el producto esté bien expuesto y bien explicado. Además, contamos con la distribución y con su conocimiento de la tecnología para que puedan explicar los beneficios de cada producto. La formación al canal sigue siendo una de nuestras prioridades”, se indica. También se presta atención a las redes sociales: “Tenemos previstas varias acciones en redes sociales, además de usar nuestro propio canal y el de las otras compañías del grupo. En Sony nos gusta trabajar con las otras marcas de la corporación y así hacer promoción cruzada con Sony Mobile o con Sony Pictures”.

Completa su estrategia con patrocinios. “Esta campaña de Navidad estaremos colaborando con varios programas de televisión, así como con algunos influenciadores. Es así como buscamos la prescripción a través de figuras conocidas que puedan explicar las bondades del producto.

FOTO: ERSAXTRADE



“Campañas estacionales multidisciplinares, que abarcan tanto lanzamientos de producto como promociones específicas o marketing promocional, PLV, campañas en medios, comunicaciones y concursos en redes sociales y patrocinios...”



FOTO: SAMSUNG

Si realmente lo utilizan, ¿quién puede explicar mejor por qué y para qué usa un modelo determinado? En Sony creemos en la verdadera prescripción y nos gusta asociarnos con aquellos que realmente disfrutan con nuestro producto. Por suerte, son muchos”, afirma la compañía.

Garmin señala que la compañía plantea “una campaña navideña multitarea, pensando en cada una de nuestras divisiones y potenciando determinados productos de cada una de ellas, pero no focalizamos la campaña en un solo producto, porque cada público es diferente y cada usuario demanda unas prestaciones o un dispositivo afín a sus necesidades y, por tanto, no podemos dejar de lado ninguna de ellas”.

En este sentido, se explica que la compañía realiza “campañas estacionales multidisciplinares, que abarcan tanto lanzamientos de producto como promociones específicas o marketing promocional, PLV, campañas en medios, comunicaciones y concursos en redes sociales y patrocinios. La política de Garmin se basa en mantenerse siempre muy activa, llegar a todos los frentes posibles y que los usuarios y clientes potenciales nos sientan siempre cerca de ellos. Para esto, es vital una comunicación completa, en la que ellos son los protagonistas y en la que, mediante mensajes claros y atractivos, buscamos que nos vean y que participen de la marca. En las próximas semanas, iremos dando a conocer las diferentes ‘patas’ sobre las que se asienta nuestra campaña de Navidad para este año y los usuarios podrán vernos nuevamente en cualquier rincón de su ciudad, en los medios, ya sea impresos como en televisión o internet y, cómo no, en los

comercios junto a nuestros productos. Además, y dado que la Navidad es un momento para regalar, también tendremos sorpresas en las redes sociales para que puedan conseguir algunos de nuestros ‘productos estrella’”.

Lenovo también está posicionándose con la vista puesta en la Navidad. “Desde el lanzamiento de los nuevos productos el pasado septiembre en IFA, en Lenovo nos hemos enfocado en potenciar estos nuevos equipos, presentándolos a los principales medios de comunicación en España a través de nuestro tradicional ‘showroom’ de Navidad y llevando a cabo acciones de comunicación y relaciones públicas. En cuanto a redes sociales, estamos muy enfocados en campañas dirigidas a nuestros seguidores. Recientemente hemos gestionado una campaña bajo el nombre ‘Súper Fan Lenovo’ dentro de nuestra página de Facebook, donde premiamos a los seguidores más activos y fieles a la marca. También podemos citar la puesta en marcha de la plataforma ‘Lenovo Champions’, donde los fans pueden acceder a contenidos exclusivos y ganar premios. Por último, ‘Goodweird’ es una campaña lanzada a nivel internacional con el fin de animar a los usuarios a compartir contenidos ‘raros’ pero que sean realmente buenos y útiles, como es el caso de nuestros productos, ya que en Lenovo creemos en ser diferentes para ser mejores y en aceptar todo lo que es diferente y único en el mundo.

A todo esto, habría que sumar las promociones y descuentos en productos a través de nuestra tienda online y las constantes campañas publicitarias en los medios nacionales más importantes de nuestro país, además de la disponibilidad de los productos en los principales retailers del país”, especifica la compañía.

Desde Ersaxtrade se indica que su objetivo es “apoyar y estar presentes en el máximo número de eventos y convenciones que organizan nuestros clientes. Por otra parte, asistimos con frecuencia a ferias y eventos B2B promocionando nuestros



REGALA MÁS TIEMPO EN FAMILIA

TomTom Traffic te lleva más rápido a casa

MAPAS Y TRÁFICO PARA TODA LA VIDA



TomTom GO

Campaña Navidad

productos mediante stands promocionales, PLV y acciones de marketing directo. Y en estas fechas reforzamos nuestra red comercial para tener cubiertas las necesidades concretas de nuestros clientes”.

Por su parte, Gigaset señala que su apuesta para fortalecer las ventas en Navidad se basa en el punto de venta, “dando formación de nuestros nuevos equipos a los vendedores y apoyando las acciones dirigidas al usuario final”. En el caso de Nevir, realizará ofertas combinadas a sus clientes, a la par que pondrá en marcha una campaña en prensa en publicaciones ajenas a las ya habituales. Y Tomtom se centrará en el lanzamiento de nuevos productos, campañas publicitarias en medios impresos y comunicación y promociones en redes sociales, tanto propias como en la de sus ‘embajadores’.

PAE DE COCINA

Aunque el PAE de cocina siempre ha sido un regalo recurrente en fechas como la Navidad o el Día de la Madre, ahora vive su particular ‘momento de gloria’. La cocina divertida y saludable se ha hecho un hueco en nuestras vidas y el universo de productos ha crecido sustancialmente, impulsado por el interés del consumidor. “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”, se apunta desde BSH.

Asimismo, desde De’Longhi se explica que “los ‘productos estrella’ de esta campaña serán los que vayan en las siguientes dos direcciones: los que sigan las tendencias ‘healthy life’, que ayuden a los consumidores a llevar una vida sana y equilibrada; y aquellos que sean susceptibles de ‘gifting’ durante la Navidad, por sus cualidades aspiracionales, de diseño y funcionalidad, así como por su practicidad”.

Veamos cuáles serán los productos con más éxito en esta Navidad.

Robots de cocina

El auge de la cocina sana y elaborada ha impulsado la venta de este tipo de productos, que seguro que funcionarán muy bien en estas fechas. “Creemos que, de cara a la campaña de Navidad, los robots de cocina serán los ‘productos estrella’, se afirma desde BSH. De este modo, la compañía hace hincapié en este tipo de aparatos, dado el gran éxito que tuvieron ya el año pasado entre los amantes de la buena cocina.

Igualmente, De’Longhi señala que “siguen en auge los programas de cocina que hacen que todo el mundo en su casa quiera ser un pequeño chef. El resultado se refleja claramente en un crecimiento



FOTO: BOSCH

de un 17% en el mercado de robots de cocina”. Además, hay soluciones para todo tipo de usuarios, desde aquellos que buscan resultados profesionales en casa hasta quienes se inician en el mundo de la cocina, pasando por los robots de cocina para amateurs y hogares de dos personas.

Batidoras

Desde De’Longhi se incide en el papel de las batidoras de vaso dentro de la tendencia ‘healthy life’. “Es un mercado en claro auge, que crece un 32%, gracias a la tendencia ‘detox’, que se refiere a la voluntad del consumidor de prepararse zumos de verduras y frutas que les aporten energía y vitaminas, a la vez que les ayuda a cuidarse por dentro”, anota la compañía. Además, algunos de los modelos están especialmente diseñados para llevarse al gimnasio o al trabajo el vaso con los zumos preparados en casa.

FOTO: DE’LONGHI



Cafeteras

Desde Karcher se opina que “las máquinas de café volverán a tener un peso importante, debido a las promociones

de ‘cash back’ que ya se están presentando”. Y es que este electrodoméstico siempre es un producto atractivo para regalar, como reseña De’Longhi. En particular, se detiene en las “cafeteras superautomáticas -con un crecimiento del 20%- y las cafeteras de bomba tradicional”. Respecto a las primeras, encontramos máquinas manuales, digitales e incluso con sistema ‘autocapuccino’ y con depósito de leche integrado. Respecto a las segundas, una de las apuestas está en el diseño, con variedad de colores a elegir, diseños estrechos para acoplarse a la perfección en cualquier cocina, etc., puesto que en Navidad se buscan aparatos que ofrezcan valor añadido, no electrodomésticos básicos.

PRESENTAMOS
EL NUEVO
ROOMBA® 980
EL PODER DE CAMBIAR TU FORMA DE LIMPIAR

Con la
iRobot HOME App

El NUEVO robot aspirador ROOMBA® 980 funciona hasta durante 2 horas* aspirando toda una planta de tu casa y recargándose cuando lo necesita para finalizar el trabajo. Limpia desde el pelo de mascotas hasta los pequeños desastres diarios. Roomba® 980 aumenta la potencia de aspirado en alfombras y moquetas, allí donde el polvo y la suciedad tienden a esconderse. Navega con facilidad por debajo de muebles y rodea obstáculos y escaleras. Y con la iRobot HOME app, podrás programar cómodamente la limpieza de tu casa desde cualquier lugar. Descubre el nuevo Roomba® 980 en www.irobot.es

iRobot®
Roomba®
Robot aspirador

*Testado en suelos duros, en el laboratorio de iRobot. El tiempo de funcionamiento puede variar.

©2015 iRobot Corporation. Todos los derechos reservados. iRobot y Roomba son marcas comerciales registradas de iRobot Corporation.



FOTO: ELECTROLUX

Por su parte, BSH reseña que “la rapidez y la fácil limpieza hacen que muchas personas se inclinen por el café en monodosis”, pero ya no es preciso tener que elegir, puesto que en el mercado hay máquinas de espresso que permiten utilizar monodosis de café E.S.E. o café molido.

Exprimidores

La Navidad es un buen momento para cambiar un exprimidor manual o un automático básico por un modelo más sofisticado, haciendo más sencillo el disfrute de un zumo de naranja recién exprimido cada mañana. Desde BSH se destacan los nuevos exprimidores 2 en 1, que reúnen exprimidor y jarra para servir y guardar el zumo, además de contar con un diseño elegante, que lo convierte en un apreciado objeto de regalo.

Productos específicos y complementos

En el mercado hay un buen puñado de aparatos destinados a la elaboración específica de determinadas comidas o para cocinar de una forma concreta. BSH se detiene en las yogurteras, como las ofrecidas por Ufesa, que en su día vivieron un gran momento en nuestro país. “En España se está recuperando la costumbre de hacer yogur en casa. Esta tendencia posiblemente se deba a la creciente afición por la cocina y también por la preocupación que existe sobre el consumo de aditivos, colorantes y potenciadores de sabor. El creciente número de personas con intolerancia a la lactosa o el deseo de encontrar yogures elaborados con leche de cabra o de oveja son algunas de las razones”, comenta BSH. También destaca algunos de los que fueron ‘productos estrella’ de la marca Ufesa en la pasada campaña, como la vaporera, la panificadora o el deshidratador de alimentos, “todos ellos productos

muy en auge, dado el creciente interés en mantener una alimentación sana y elaborar nuestros propios alimentos en casa”. Y también hay que tener en cuenta aparatos como las sandwicheras, gofreras, cupcake makers, creperas...

Por otro lado, alrededor de la cocina hay un buen número de aparatos complementarios y auxiliares destinados a ayudarnos en pequeñas tareas. Las básculas de cocina son un buen ejemplo. Desde BSH se destaca la báscula nutricional de Ufesa, que no sólo pesa desde unos pocos granos hasta varios kilogramos, sino que también indica el contenido nutricional de 999 alimentos diferentes, precisando grasa, colesterol, fibra, sal, calorías, proteínas, hidratos de carbono, etc.

Promociones de prueba y presencia en TV

Las promociones y el apoyo mediante comunicación y marketing es esencial para dinamizar las ventas durante estas fechas. Electrolux indica que apoyará la venta en esta gama con “diferentes acciones 360 grados”. “Por ejemplo, tenemos una promoción en vigor en la que, por la compra del robot de cocina ‘Assistent’, regalamos uno de los cuatro accesorios disponibles, valorados en 100 euros: picadora de carne, accesorios para cortar y rallar y para hacer pasta. Los consumidores valoran mucho estos accesorios extra en este tipo de productos. Esta promoción va apoyada con diferentes materiales de publicidad en el lugar de venta (PLV)”, se precisa. Además, Electrolux recuerda que “los concursantes de ‘Top Chef’ utilizan este robot de cocina en el programa, junto

a otros pequeños electrodomésticos como la batidora de mano semiprofesional ‘UltraMixPro’. Colaboramos por tercer año consecutivo y durante las emisiones del mismo, tenemos un spot del robot de cocina ‘Assistent’”. Asimismo, el grupo explica que esta comunicación 360 grados se completa “con diferentes acciones en ‘social media’, campañas en distintos medios impresos, demostraciones y formaciones en los puntos de venta, entre otros”.

BSH ofrece la prueba durante 100 días de las batidoras de mano ‘MaxoMixx’ de Bosch. “El usuario tiene a su disposición en la web de Bosch un cupón de participación para realizar su devolución”, se precisa desde el grupo. Esta promoción se acompañará en tienda con diversos materiales para dar a conocer la prueba durante 100 días. Además, se reforzará en el ámbito online con una amplia información sobre el producto en la página web de la marca. Y también habrá acciones en la tienda online para los robots de cocina ‘MaxxiMUM’ y ‘MUM5’ de Bosch, reforzadas con la creación de contenido en el blog de la marca, en Youtube, en Facebook y en Twitter.

Asimismo, Bosch volverá a patrocinar ‘MasterChef Junior’ durante el mes de diciembre. “Como el año pasado, Bosch será el patrocinador oficial de electrodomésticos de la tercera 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 de punto de venta desarrollado para la ocasión. Etiquetas, folletos informativos y cabeceras específicas con los productos destacarán en los centro ‘top’ a lo largo de toda la geografía española”, informa BSH.

En cuanto a la marca Ufesa, el grupo precisa que “los puntos de venta estarán vestidos con vistosos

FOTO: SCYSE



solac

lo que hacemos, lo hacemos bien

PLAN
RENOVE
20€
de descuento

EL ÚNICO CENTRO DE PLANCHADO
SIN CALDERÍN
NUEVA GAMA SENSOR EVOLUTION

Evolution combina la rapidez y resultados del planchado profesional de tintorería con la comodidad de uso de la plancha convencional.

Tecnología patentada por Solac.

GENERADOR DE VAPOR
Vapor constante a baja temperatura 60 g/min



ECO - 46 %*
Ahorro consumo energético



SENSOR
Vapor automático: sin necesidad de pulsar botones ni pulsadores



TEMPERATURA CONSTANTE
Temperatura constante de la suela para garantizar un máximo cuidado de las prendas



SUELA ANODIUM
Más resistente. Mejor deslizamiento.



* Cálculo en base a datos obtenidos del INE y estudios internos de Solac.

materiales para dar a conocer la campaña de Navidad de la marca".

De'Longhi puntualiza que ofrece "el 'Gold Service', un servicio VIP gratuito disponible en exclusiva para clientes de cafeteras superautomáticas, y el 'Platinum Service', mismo servicio para clientes de 'Primadonna S' y 'Primadonna XS'. Con este servicio VIP, los consumidores se llevan sólo por la compra un set valorado en 40 ó 100 euros -dependiendo del modelo adquirido- y tienen servicio posventa exprés. Es decir, la cafetera se repara en tres días laborales y si no se pueden reparar en este intervalo de tiempo, se ofrece una cafetera de sustitución". También cuenta con la promoción 'Pruébalo 100 días gratis'. "Si no está satisfecho, le devolvemos el importe", añade el grupo. Se aplica a toda su gama de cafeteras superautomáticas, así como a la gama de 'Minipimers' de Braun. Además, con la marca Kenwood presenta diversas promociones. "Encontraremos la promoción 'kMix', con un recetario exclusivo de repostería creativa; 'Chef Sense', que incluye un elaborador de pasta; 'multiOne', que ahora viene acompañada con tres exclusivos boles de Villeroy&Boch; 'kCook', que viene con una báscula de máxima precisión de regalo; y la gama 'Prospero' y los procesadores, que vienen con un recipiente Pyrex", precisa De'Longhi.

Asimismo, desde la compañía se explica que "siendo conscientes de la complejidad de algunos de nuestros productos en el punto de venta, hemos instalado pantallas con vídeos explicativos en los principales centros". Por último, contará con presencia en televisión, con el spot de 'Minipimer 7' de Braun.

Cuidado personal y belleza

La Navidad es el momento ideal para agasajar a los que más queremos con productos orientados a la salud, el bienestar y la belleza. En este sentido, desde Dyson se señala que "los productos de cuidado personal serán muy demandados". Y también son productos muy apreciados para

FOTO: SCYSE



'autorregalo'. "El consumidor comprará ese aparato que en otro momento, fuera de la generosidad navideña, no se plantearía comprar. O se dará ese 'capricho' que en otra época no llegaría a plantearse", se apunta desde Nevir.

Estos son algunos de los aparatos que tendrán mayor recorrido.

Depiladoras láser/luz pulsada

Se trata de aparatos muy sugerentes pero cuyo precio puede disuadir al consumidor. Por eso, la Navidad es un momento propicio para su venta, tanto como regalo como para uso propio, ya que el comprador está más predispuesto al gasto en estas fechas, bien sea para regalar a su pareja o para concederse un capricho.

Afeitadoras y barberos

Estas fechas son propicias para la sustitución de los viejos equipos de afeitado o para la adquisición de barberos, ahora que las barbas están tan de moda. Son especialmente interesantes los modelos más avanzados, que permiten su uso incluso debajo del agua de la ducha, así como los equipos multifunción, que combinan en un solo dispositivo cortapelos, barbero y/o body groomer.

Cuidado del cabello

La Navidad es un momento de celebraciones, por lo que los aparatos de cuidado del cabello y peinado adquieren gran relevancia. Es previsible que esta campaña concentre un importante volumen de ventas de secadores, moldeadores, rizadores, etc., particularmente aquellos aparatos que



FOTO: MEDISANA



FOTO: MEDISANA

incluyen mejoras con el fin de preservar la salud del cabello, como recubrimientos cerámicos, ionizadores, etc.

Masajeadores

Estos dispositivos son artículos muy sugerentes en estas fechas, ya que estos equipos contribuyen a aliviar la tensión y favorecen la circulación sanguínea y el drenaje linfático. Además, hay una amplia oferta en el mercado, con dispositivos específicos para las diferentes parte del cuerpo -hombros, espalda, pies...- y con distintas técnicas, ya sean por presión, térmicos, eléctricos, mediante vibración o shiatsu.

Básculas

La Navidad es un buen momento para las básculas con mayor valor añadido, como las que miden el peso corporal, porcentaje de agua y de masa



www.remington.es

REMINGTON®

How the world gets ready



Nuestro cortapelo más rápido para cortarse el pelo uno mismo*

Quienes busquen un cortapelo rápido y profesional que proporcione excelentes resultados sin salir de casa están de suerte: QuickCut de Remington es la herramienta ideal.

Este cortapelo tecnológicamente avanzado de Remington, el más rápido para cortarse el pelo uno mismo*, ofrece resultados excepcionales en tiempo récord gracias a la tecnología de cuchilla CurveCut, a una cobertura de la cuchilla un 57 % mayor y a su diseño compacto y ergonómico.



QUICKCUT
CORTAPELO

* En comparación con un cortapelo estándar Remington.

muscular, etc. Una de las prestaciones que más llama la atención del usuario es la conectividad bluetooth de estos dispositivos, permitiendo monitorizar todos los datos desde un dispositivo móvil. “Se están incrementando considerablemente las ventas de productos periféricos ‘connect’, que permiten unificar todos los parámetros de nuestra salud en nuestro teléfono o tablet”, se puntualiza desde Medisana.

Almohadilla térmica

“Nuestro producto estrella cada campaña es la almohadilla térmica en acabado muletón. La gente tiene presente que es ‘la de toda la vida’. Y en época de Navidad, es un producto que se agradece por cuestiones de confort, teniendo en cuenta la temperatura de estas épocas”, señala Daga.

Bolsa de agua eléctrica

La evolución de la clásica bolsa de agua puede tener un hueco esta Navidad. “Es un producto muy interesante, que reemplaza a la antigua bolsa de agua caliente, sumando practicidad al confort”, se anota desde Daga.

Presencia en el punto de venta y lanzamientos

Todas las marcas prestan especial atención a estas fechas y desarrollan todo tipo de acciones promocionales. Por ejemplo, es un buen momento para los lanzamientos especiales. “Los productos de nuestra línea de salud, en especial los tensiómetros, son aparatos que en la venta navideña tienen mucha salida, y es algo que potenciamos con la presentación de una línea de tres modelos, que en breve seguirá ampliándose”, explica Daga.

Medisana ofrecerá acciones offline centradas en potenciar el punto de venta, como bancadas

FOTO: DYSON



para productos ‘connect’ y carteles de gran tamaño a la entrada de las tiendas. Por su parte, Scyse reseña el hincapié que se hace en el lanzamiento de nuevos productos en todas las marcas que distribuye -HoMedics, Salter, SodaStream, Sharp, StadlerForm, SteamOne, Labs y HMDX-, además de la intensa colaboración con la distribución en todas las acciones promocionales de la estación, con descuentos y campañas específicas. Asimismo, remarca el refuerzo en la comunicación durante la Navidad, “con la presencia en medios nacionales específicos para cada una de las categorías y propuestas de nuestras marcas”.

PAE PARA EL HOGAR

Este tipo de productos son muy apreciados porque son una magnífica ayuda para hacernos la vida más fácil, permitiéndonos realizar las tareas del hogar de una forma más rápida, sencilla y, por supuesto, eficiente. Esto se traduce en un menor tiempo para la realización de las tareas del hogar y, por ende, un mayor tiempo libre para disfrutar como nosotros queramos. Por eso, la Navidad es un buen momento para regalar o adquirir este tipo de aparatos.

Aspiradores

Casi todo el mundo tiene en casa un aspirador de trineo, por lo que las ventas se centran en la sustitución y mejora con aparatos más modernos o la adquisición de otro tipo de productos complementarios, como aspiradores de escoba, de mano y robots. Uno de los productos con más éxito en estas fechas serán los aspiradores de escoba. “En los últimos meses, los tradicionales aspiradores trineo están dando paso a este nuevo tipo de aspirador, práctico, manejable, sin cable y sin bolsa”, explica BSH. El mercado ha ido evolucionando hacia el desarrollo de equipos de alto rendimiento, reducido nivel sonoro y ligeros. Igualmente, desde Electrolux se destacan los aspiradores de escoba sin cable, con nuevas baterías que proporcionan “más potencia, mayor autonomía y carga más rápida”.

Dyson también deposita su confianza en los aspiradores sin cable, equipos “muy cómodos y versátiles”. “Están teniendo una muy buena acogida, por lo que creemos que en esta campaña navideña serán uno de nuestros productos más demandados”, se indica desde la compañía. Hay que añadir también



FOTO: KARCHER

las posibilidades que ofrecen los aspiradores de mano, ideales para la limpieza de la cocina, del coche, de colchones, etc., convirtiéndose en un gran complemento para el hogar. Además, en los equipos de trineo también hay innovación, como los aspiradores multiciclónicos que aspiran sólidos y líquidos, combinando la aspiración con la limpieza mediante la fuerza del vapor, como reseña Polti.

Planchado

La Navidad es un buen momento para renovar la plancha, bien sea porque su suela ya no desliza tan bien como antes o porque se desea adquirir un modelo con más prestaciones y mayor potencia en la generación de vapor. Desde BSH se incide en los equipos con una bomba de inyección de vapor capaz de ofrecer hasta 3.200 W de potencia. Además, los centros de planchado siempre son un artículo muy apreciado, por su facilidad de uso, sus magníficos resultados y el ahorro de tiempo que proporcionan. BSH destaca el lanzamiento de equipos con 3.100 W de potencia y autonomía ilimitada, programas específicos para cada tipo de tejido y sistema de descalcificación para alargar la vida útil del aparato.

Polti se detiene en la presentación de “máquinas más silenciosas y respetuosas con el medio ambiente”. Por su parte, De’Longhi hace hincapié en avances como las suelas de planchado bidireccional, la disponibilidad de hasta 7,5 bares de presión o la posibilidad de conseguir un golpe de vapor de 400 g/min o la inclusión de un sistema de bloqueo. Esta Navidad seguro que también funcionarán muy bien los centros de planchado verticales, ideales para planchar trajes, vestidos, ropa de cama, almohadas, tapizados, etc., “incipiente categoría que facilita un planchado

rápido en el vestidor de casa”, que puede ser “un regalo elegante para el vestidor”, como señala Scyse.

Equipos de limpieza

Aunque se trata de productos poco habituales, o quizá precisamente por eso, los limpiacristales o las máquinas de vapor de mano pueden ser la sorpresa de esta Navidad. Son productos que permiten obtener los mejores resultados y limpiar a fondo el hogar. Por ejemplo, desde Polti se explica que los limpiacristales son capaces de “limpiar vidrios y cristales con menor esfuerzo y dejando resultados perfectos, sin cables y capaces de aspirar en cualquier dirección”.

Periodos de prueba y presencia en la red

Los fabricantes se vuelcan para tratar de impulsar las ventas de esta familia en estas fechas. BSH ofrece la prueba de 100 días de los aspiradores ‘Athlet’ y ‘Relaxx’x’ de Bosch. “Esta promoción, orientada al consumidor final, consiste en una prueba del aspirador escoba ‘Athlet’ y de los aspiradores trineo ‘Relaxx’x’ durante 100 días y, si no le convence, se le reembolsa el dinero. El usuario tiene a su disposición en la web de Bosch un cupón de participación para realizar su devolución”, explica la compañía.

Siguiendo la misma mecánica, también ofrece la prueba de 100 días de las planchas de inyección ‘TDI90’ de Bosch. Esta promoción se acompañará en tienda con diversos materiales para dar a conocer la prueba durante 100 días. Además, la promoción de ‘Athlet’ y ‘Relaxx’x’ se reforzará en el ámbito online con una amplia información sobre los productos en la página web de la marca. Y también tendrán presencia en el blog de Bosch, en Youtube, en Facebook y en Twitter. Por otra parte, estos tres productos contarán con una amplia campaña de televisión, con la emisión de diversos spots publicitarios.

De’Longhi también estará en televisión. “Tendremos el spot televisivo de ‘CareStyle5’ durante octubre y noviembre, acompañado de la promoción ‘Pruébalo gratis 100 días’ para la gama de centros de planchado. Y, durante los dos meses también dispondremos de demostraciones en punto de venta para mostrar el funcionamiento”, precisa la compañía.

Electrolux especifica que “para impulsar las ventas en estas fechas, realizamos una comunicación 360 grados, con promociones en el punto de venta, diferente material PLV, campañas en distintos medios online y offline, utilización de ‘social media’, demostraciones y formaciones de producto, etc.”.

Polti también va a poner en marcha diversas iniciativas. “Desde hace unos meses, hemos activado las redes sociales con concursos diferentes y la publicación de varios post semanales con noticias de actualidad, curiosidades, etc., siempre en la línea que caracteriza a nuestra empresa: ecología, familia, respeto a la diversidad... Hemos creado también un site exclusivo para el aspirador ‘Unico’, con información exclusiva sobre el producto, blog con videos demostrativos, etc. En estos momentos, hay en marcha una promoción de ‘cashback’ con ‘Unico’, donde se reembolsará 70 euros a todos aquellos que compren un aspirador ‘Unico’ del 1 de noviembre al 6 de enero, además de diferentes materiales publicitarios que se está haciendo llegar a los puntos de venta”.

Por su parte, Dyson afirma que en esta campaña navideña realizará promociones y comunicación en redes sociales. Y Karcher colocará material PLV en las tiendas. Por su parte, Nevir hará ofertas combinadas, aumentará el PLV en los establecimientos y realizará una campaña en prensa en publicaciones distintas a las ya habituales.



Regala estas Navidades Salud y Felicidad con MEDISANA®

made for Life



902.33.00.12

www.medisana.es