



FOTO: LENOVO

Campaña de Navidad

El regalo perfecto está en la tienda de electrodomésticos

La campaña navideña concentra buena parte de las ventas del sector de los electrodomésticos y la electrónica de consumo. Las marcas son conscientes de esta circunstancia, por lo que redoblan sus esfuerzos con el fin de potenciar las ventas en estas fechas, en las que se concentran lanzamientos de nuevos productos, acciones promocionales en el punto de venta, publicidad en medios, acciones en redes sociales, patrocinios, etc.

Los electrodomésticos y los equipos electrónicos son algunos de los regalos que suscitan más interés en la campaña de Navidad. Se trata de productos útiles, deseados y que, además, ‘lucen’ mucho como regalo. Tanto para quienes los regalan como para quienes los reciben. Además, hay que tener en cuenta que en Navidad no sólo compramos estos aparatos para regalar a nuestros seres queridos, sino que también son fechas propicias para el ‘autorregalo’. Es decir, para adquirir productos que hemos estado deseando durante todo el año. La Navidad es la excusa perfecta para satisfacer dicho anhelo.

“En Navidad, prácticamente cualquier producto se vende mejor que en otras fechas del año. Tenemos más predisposición a gastar. Es incluso algo cultural”, afirma Daniel Isus, Director Comercial de ErsaxTrade, distribuidora de marcas como Meizu u ORA Wearable Tech. No obstante, siempre hay determinadas categorías que sobresalen, así como algunos productos que se erigen en protagonistas de la campaña.

“Por lo general, la Navidad es el momento perfecto para invertir en productos con un precio algo superior o aquellos caprichos que llevamos esperando todo el año. Normalmente, este tipo de productos son ropa, complementos o productos de electrónica, tanto para el hogar como para el cuidado personal. Seguramente, esta Navidad la gente se decantará por los productos clásicos -tablets, teléfono móviles, equipamiento deportivo, etc.-, pero también por productos más originales y quizá menos personales, pensando más en la unidad familiar, como electrónica para el hogar, productos de menaje, etc.”, indica Dyson.

Asimismo, Scyse anota que “en Navidad se convierten en productos estrella las novedades electrónicas y los productos con un importe más elevado. Aquí resaltamos, por ejemplo, todos los pequeños electrodomésticos de sonido, bienestar y belleza, que al no ser productos de primera necesidad, se espera a las fechas navideñas para adquirirlos”. Y Spectrum Brands, fabricante de marcas como Remington y Russel Hobbs, señala que “los productos estrella de este año, igual que en los anteriores, serán las fragancias, los productos de belleza y la electrónica. Son los tres elementos imprescindibles, en los que la gente siempre se centra cuando quiere hacer un regalo en Navidad. Al ser productos que las personas siempre utilizan y tienen en su día a día, se han convertido en el acierto seguro en Navidad. Siempre necesitamos un electrodomésticos en nuestra cocina o un producto de belleza”.

Taurus anota que “los productos de aspiración son los que vienen teniendo una evolución más positiva en los últimos tiempo dentro del PAE. Creemos que esta tendencia seguirá en aumento esta Navidad, sobre todo con la incursión en el mercado de nuevos modelos de aspiración vertical sin bolsa y de robots aspiradores. Los productos



FOTO: DYSON

de cuidado personal también suelen experimentar un aumento significativo en fechas navideñas. Este tipo de producto suele tener un factor de percepción emocional mayor que los productos de limpieza y en algunos casos se colocan dentro del ‘top 10’ de ventas en Navidad. Por último, los productos de cocina son un clásico: batidoras, robots de cocina, tostadores..., destacando las licuadoras y los robots de cocción, que están aumentando rápidamente dentro del ranking de venta del PAE”.

Solac considera que “las cafeteras espresso volverán a ocupar un lugar importante en las ventas de Navidad, sobre todo los modelos que ofrecen beneficios diferenciales. Los productos de cuidado personal y belleza también ocuparán un lugar importante en las ventas de Navidad. Especialmente los ‘gadgets’ de belleza más novedosos,

como cepillos faciales, planchas de pelo, moldeadores, depiladoras IPL o básculas de baño con conexión bluetooth. Además, consideramos que algunos productos relacionados con la cocina saludable seguirán incrementando ventas en esta campaña, como las batidoras de vaso o las licuadoras, por ejemplo. También consideramos que el regalo útil cobrará especial importancia en Navidad. Y centros de planchado premium, aspiradores robot y robots de cocina tendrán una concentración de ventas durante el periodo navideño”.

Por su parte, Isus señala que “los artículos tecnológicos cobran especial importancia en la elección del consumidor. Son regalos potencialmente deseados. Son un acierto seguro. Sin lugar a dudas, un año más, los productos tecnológicos se convertirán en los grandes protagonistas de la Navidad. La vorágine del mercado crea nuevas necesidades en el consumidor, quien busca constantemente tener en su poder las últimas novedades. Estamos en

FOTO: MEDISANA





FOTO: WIKO

un momento en el que no sólo se busca cubrir necesidades tecnológicas, sino que el consumo de estos productos va más allá. Describe nuestro estatus social e intelectual. Comprobamos constantemente cómo los consumidores son prescriptores de marcas tecnológicas, ya sea por apego a la marca e identificación con sus valores, o bien porque el consumidor cada vez está más especializado y conoce perfectamente las especificaciones técnicas del producto”.

Teresa Acha-Orbea, Directora de Marketing de Wiko Iberia, coincide en señalar que “la electrónica de consumo será la gran protagonista de esta Navidad. Productos como los wearables o los smartphones funcionarán muy bien en términos de ventas. Y de forma más concreta, dentro del mercado de smartphones, pensamos que continuará aumentando la venta de terminales libres frente a la venta a través de operadoras, siguiendo así la tendencia vista en los últimos ejercicios. El hecho de que la electrónica de consumo continúe siendo la estrella en esta campaña de Navidad, responde principalmente a la necesidad por parte de los usuarios de actualizar sus equipos, incorporando a su vida diaria los últimos avances y funcionalidades que ofrece la tecnología: smartphones con lector de huellas dactilar o wearables personalizables serían algunos ejemplos de productos electrónicos con funciones novedosas y con muchísimo potencial de cara a Navidad”.

Igualmente, Stream System señala que en Navidad “hay un aumento de ventas sustancial en telefonía, tablets y ordenadores portátiles. Y a los productos anteriores, este año hay que añadir los dispositivos de realidad virtual como gafas VR, las cuales puede que sean el producto estrella”. Asimismo, Tucano Spain & Portugal considera que los productos estrella de la campaña navideña serán los smartphones y smartwatches y sus accesorios orientados a la salud, el deporte y el fitness, las action cams y, en menor medida, las

cámaras ‘evil’, además de productos como minidrones o patinetes eléctricos. Y Fonexion destaca que este año tendrá muy buena acogida “la tecnología ligada al tiempo libre, como patinetes electrónicos, tablets, televisores...”.

Vanessa Garrido, Directora de Marketing de Garmin Iberia, afirma que “la Navidad es la época del año en la que la tecnología se convierte en auténtica protagonista de regalos para toda la familia. Las opciones son innumerables y han ido aumentando con los años. Más allá de las habituales cámaras, tablets, smarphones o televisores, los wearables relacionados con el deporte y la vida saludable ocupan un lugar predominante entre las peticiones navideñas. Se trata de una mezcla perfecta de tecnología y salud y gana adeptos cada año”.

En esa misma línea, Ángel Sevillano, Director General de TomTom España, opina que se sigue viendo “un gran interés del público en general por el deporte y el bienestar, así que pensamos que todos los ‘gadgets’ relacionados con ello -pulseras de seguimiento de actividad, pulsómetros, dispositivos especializados para diferentes disciplinas, etc.- van a estar en las listas de regalos de todos los hogares”.

Asimismo, Medisana señala que “los productos conectables e inteligentes serán los protagonistas de estas fiestas. Con la implementación de internet en todos los aspectos de nuestra vida, desde smartphones hasta domótica inteligente, están en claro auge todos aquellos aparatos que nos hacen la vida más fácil. En este sentido, los conectables para el control de la salud desde el smartphone

serán, a buen seguro, los productos estrella. Cada día más, se extiende el uso de las nuevas tecnologías entre el consumidor, utilización que ya ha dejado de ser exclusiva de las personas más jóvenes o con mayor poder adquisitivo. Ahora, gracias a la democratización de internet, incluso las personas de mayor edad usan y se apoyan en este tipo de productos conectables.

Por su parte, Amadeo Pamies, Director Comercial del Grupo Jata, reseña que “en el PAE se está volviendo al regalo útil en los últimos años, motivado por la crisis”. Y considera que “algún producto de cuidado persona estará entre lo más vendido esta Navidad”.

ELECTRÓNICA Y TELEFONÍA

Se trata de una de las categorías más destacadas en estas fechas. La velocidad a la que evoluciona el sector y las nuevas necesidades que se crean hace que el consumidor esté muy predispuesto a la renovación de sus equipos o la adquisición de nuevos dispositivos. La Navidad es el momento propicio para ello.

Smartphones. “Los smartphones vuelven a posicionarse como el regalo estrella para Navidad. Mejores actualizaciones, cambio de diseño y nuevas apariciones son el truco para actualizar el mercado de los teléfonos móviles, que nunca deja de sorprender”, anota Felipe Martín, Consejero Delegado de Gigaset. Así lo cree también el Director Comercial de ErsaxTrade. “Estamos totalmente convencidos de que los smartphones

FOTO: FONEXION



— HOLA, BRAAVA jet™ —

ADIÓS, SUCIEDAD DIARIA

Braava jet™

Robot mopa

TE PRESENTAMOS EL NUEVO ROBOT MOPA DE IROBOT.

Su pulverizador de chorro a presión y su cabezal de limpieza vibratorio ayudan a eliminar la suciedad y las manchas mientras navega por cocinas, baños y lugares de difícil acceso.

Nuevo Braava jet™. Suelos más limpios. Un hogar reluciente. Todos los días.

“La Navidad es la época del año en la que la tecnología se convierte en auténtica protagonista de regalos para toda la familia. Las opciones son innumerables y han ido aumentando con los años...”

Meizu despuntarán en esta campaña navideña. Pero no basamos esta opinión en las acciones comerciales y de marketing que desarrollaremos, sino en los resultados de los últimos meses en España”, afirma.

La Directora de Marketing de Wiko Iberia habla de los tres modelos de la familia Ufeel -Ufeel, Ufeel Premium y Ufeel Lite-, de reciente lanzamiento. Cuentan con tecnología ‘Fingerprint’, “que permite configurar cinco huellas dactilares y asociar a cada una de ellas una función diferente: abrir una aplicación, llamar a un contacto o abrir la cámara de fotos, por ejemplo”, explica.

Y desde Stream System se destaca Iron Pro, “el cual destaca por sus características diferenciadoras, como su sensor de huella digital, sumergible tanto en agua dulce como salada y fabricado con el novedoso cristal templado Gorilla Glass 4, que lo hace ultrarresistente a todo tipo de golpes”.

Pulseras de actividad y smartwatches. El auge de la práctica de deportes, muy particularmente el running, está repercutiendo en las ventas de estos dispositivos. “Tenemos buenas expectativas con los nuevos lanzamientos de ORA Wearable Tech, la pulsera de actividad ORA Fit 2 y el smartwatch Prisma Phone 2. Ambos dispositivos disponen

FOTO: NEVIR



FOTO: GARMIN

de funciones muy completas para el usuario que busca alternativas a Android Wear”, explica Isus. La responsable de Garmin Iberia también hace hincapié en este tipo de dispositivos. “Pensamos que el apartado de wearables o vida saludable de nuestro catálogo será uno de los focos principales para esta campaña de Navidad. Se trata de productos completos, versátiles y que aúnan dos de las pasiones de la mayoría de consumidores entre 25 y 65 años: fomento de la salud e innovación tecnológica”. En su catálogo se incluyen “pulseras para monitorizar la actividad diaria, relojes inteligentes con aplicaciones deportivas y relojes deportivos que integran una tecnología propia capaz de medir las pulsaciones desde la muñeca y, al mismo tiempo, ofrecen notificaciones inteligentes para estar conectados con el entorno en todo momento”. Destaca “relojes o pulseras inteligentes como Vivofit Jr, específicamente desarrollada para los peques de la casa”, que espera que esté entre los dispositivos más demandados de esta época. Todo ello sin olvidarse de otras referencias como el smartwatch Navidad Vivoactive Hr, con tecnología ‘Garmin Elevate’ para medir las pulsaciones; relojes deportivos como la serie Forerunner; o las ediciones especiales de productos como el reloj de alta gama multideporte Fenix Chronos. Además, se detiene en su incursión en el sector de la relojería tradicional. “Hemos lanzado productos como Vivomove, que aúna un estilo de reloj analógico con funciones de monitorización”, aclara.

Por su parte, el Director General de TomTom España hace hincapié en las nuevas versiones de sus relojes GPS, TomTom Runner 3 y TomTom Spark 3 -con pulsómetro, música, exploración de

rutas incorporado y una nueva variedad de correas- o la nueva TomTom Touch, “la primera pulsera de actividad del mundo que combina el análisis de la composición corporal con el seguimiento de los pasos, el sueño y la frecuencia cardíaca durante todo el día, directamente en la muñeca”, señala. Y su catálogo se completa con TomTom Golfer 2, un reloj diseñado particularmente para los aficionados al golf, o el nuevo TomTom Adventurer, con barómetro y brújula, especialmente pensado para los amantes de los deportes outdoor.

Sonido. Desde Nevir se destaca que “altavoces, torres y barras de sonido con bluetooth muestran un fuerte repunte en esta época. Son el regalo perfecto para un perfil de usuario más joven”. Asimismo, Scyse habla de los altavoces JAM Replay o el WiFi Multiroom de HDMX, un regalo ideal “para los más jóvenes y tecnológicos”.

Televisores. La compra de un televisor supone un desembolso importante, por lo que la Navidad es el momento elegido por muchos consumidores para ‘regalarse’ un nuevo equipo, que mejore las prestaciones del que ya tiene. Según Stream System, se trata de “la ‘opción capricho’, que es una decisión mayoritariamente masculina”. Asimismo, desde Nevir se hace hincapié en la posibilidad de adquirir televisores 4K-UHD de gran pulgada, “un regalo para toda la familia, sustituyendo modelos que empiezan a estar obsoletos”.

GPS. Aunque el smartphone ha canibalizado buena parte del mercado de GPS, todavía sigue siendo un producto destacado en Navidad, gracias a la evolución de los nuevos dispositivos. “Estamos seguros de que los GPS para automóvil estarán presentes en las listas de muchos conductores. Apostamos por la gama Drive, en la que los usuarios pueden encontrar el modelo que mejor se ajusta a sus necesidades por prestaciones y precio pero, sobre todo, por seguridad”, indica la Directora de Marketing de Garmin.

Y el Director General de TomTom España destaca el nuevo TomTom VIO, “el primer dispositivo de

Pura comunicación

El teléfono perfecto para el hogar

Gigaset SL450

- Gran pantalla TFT a color de 2,4”
- Marco de auténtico aluminio
- Brillante calidad de sonido
- Conexión al PC vía USB/Bluetooth
- Agenda para hasta 500 contactos
- Babyphone, despertador, calendario



Bienvenido a la familia Gigaset:
www.gigaset.com/es





FOTO: GIGASET

navegación del mundo diseñado especialmente para scooters”.

Telefonía fija. La penetración del móvil ha quitado protagonismo a la telefonía fija pero casi todos los hogares continúan teniendo una línea en su hogar. El consumidor se ha acostumbrado a la versatilidad de su smartphone, por lo que la telefonía fija ha evolucionado, desarrollando también terminales inteligentes, bajo el sistema operativo Android, multiplicando la funcionalidad de estos equipos. Un ejemplo es el Gigaset SL930, con WiFi, pantalla táctil, más de 3 GB de almacenamiento interno y hasta 32 GB a través de tarjeta microSD. “Ofrece conexión y entretenimiento en un solo dispositivo, con espacio suficiente para almacenar videos, imágenes y libros”, especifica el Consejero Delegado de Gigaset. Además, la firma ofrece soluciones como el Gigaset MobileDock, que integra nuestro smartphone en el sistema de telefonía fija del hogar. “Conecta mediante bluetooth el móvil al terminal inalámbrico donde

FOTO: SILVERSANZ



llegan las llamadas entrantes. Este ‘gadget’ puede utilizarse también como un punto permanente para ubicar el smartphone y como cargador”, explica Martín. Y la Navidad también es un buen momento para sustituir el viejo terminal por un equipo inalámbrico con tecnología DECT con pantalla a color, como el Gigaset SL450.

Fundas para móviles. Son ideales para un detalle, con el fin de proteger y dar un toque especial y personal al smartphone. En las tiendas podemos encontrar fundas en diversos materiales y con todo tipo de diseños. Tucano destaca sus fundas ‘back cover’, que ofrecen doble funcionalidad –funda tipo libro y ‘cover’ incorporada y extraíble- o las transparentes, “porque son menos invasivas y dejan ver el dispositivo”, aspecto relevante cuando se trata de dispositivos de gama alta.

INFORMÁTICA Y FOTOGRAFÍA

Los ordenadores y cámaras de fotos han sido tradicionalmente un regalo de Navidad muy apreciado. Veamos cuáles son las tendencias en estas familias y qué productos presentan mayores oportunidades de negocio.

Convertibles. Este tipo de ordenadores están llamados a dar el relevo a las tablets en esta campaña de Navidad. “Los convertibles ganan protagonismo y triunfarán más aquellos que sean capaces de funcionar de forma multidisciplinar, aparte de usarse como PC, ofreciendo varias funciones en un mismo soporte”, explica Martín. Así pues, desde Lenovo se afirma que “estas Navidades, sin lugar a duda, los productos estrella serán los convertibles.



FOTO: LENOVO

Se trata de una categoría innovadora que incluye dispositivos rompedores y que tienen muy buena acogida por parte de los usuarios”. La compañía habla de algunos de sus modelos. “Recientemente hemos presentado el nuevo Yoga Book, un tablet 2 en 1 con grandes prestaciones, que fusiona productividad y entretenimiento en un mismo dispositivo. Incluye prestaciones nunca antes vistas, como su teclado halo y un bolígrafo digital de doble uso que permite escribir en papel y en la pantalla. Además, es un dispositivo ultrafino, que cuenta con una larga duración de la batería y un completo ecosistema de aplicaciones. También destacan otros dispositivos que continúan en la línea que llevamos siguiendo en los últimos tiempos: no dejar de innovar. Es el caso del Yoga 910, el portátil convertible con Intel Core i más fino del mundo; la nueva Yoga Tab 3 Plus, el dispositivo perfecto para vivir una auténtica experiencia cinematográfica; y el nuevo MIIX 510, el PC ‘2 en 1’ que combina toda la ligereza y movilidad de una tablet junto con la productividad de un ordenador”, especifica la compañía.

Videoconsolas y realidad virtual. “Es imposible dejar de lado las videoconsolas, que se renuevan permitiendo a los jugadores una inmersión aún mayor en el mundo virtual de los juegos. También hay que prestarle mucha atención a los ‘gadgets’ y plataformas de realidad virtual para los dispositivos móviles, con la finalidad de crear diferentes experiencias interactivas”, reseña el responsable de Gigaset.

Igualmente, desde Fonexion se habla de las posibilidades que pueden tener estos dispositivos. No se trata sólo de los aparatos más sofisticados, como HTC Vive, Oculus Rift, Samsung Gear VR o Sony PlayStation VR, sino también otros dispositivos más sencillos, para acoplar a nuestro smartphone, aparecidos al calor de estos grandes lanzamientos.

Periféricos y accesorios. Fonexion se refiere a los accesorios relacionados con el ocio, como

Nueva Electrolux ErgoRápido Animal Care

ESPECIAL MASCOTAS

Pruébala 100 días y te regalamos el cepillo universal para eliminar el pelo suelto de tu mascota

GRATIS



Única con Cepillo motorizado ErgoRápido Animal Care para aspirar sin esfuerzo suciedad y pelo de mascota.



Batería de Litio TurboPower HD (Alta Densidad) De larga vida útil, carga más rápida y mayor autonomía, hasta 45 minutos.



Única con BrushRollClean™ (pedal corta pelos), para la limpieza del cepillo con tan sólo pulsar un botón.



Cepillo con giro 180° para maniobrar con facilidad por el hogar y llegar a todos los rincones.



* Rellene y envíe el formulario de la promoción en www.ergorapidoanimalcare.es y le enviaremos a su casa el cepillo universal especial para mascotas. Consulte promoción 100 días de prueba en la misma web: www.ergorapidoanimalcare.es/100diasprueba.

Promoción válida para compras realizadas entre el 17 de Octubre y 31 de Diciembre de 2016 o hasta final de existencias.



electrolux.es



FOTO: TOSHIBA

auriculares y artículos de utilidad, como baterías externas, por ejemplo. Asimismo, Tucano destaca las mochilas para portátiles, un producto al alza frente a los tradicionales maletines. También se refiere a los 'second skins', para revestir todo tipo de portátiles, incluidos los dispositivos Apple.

Otros productos importantes son los dispositivos de almacenamiento. Toshiba SPD (Storage Peripherals Division) destaca como productos estrella para la Navidad los discos duros externos portátiles Canvio Premium, tanto para PC como para Mac, con capacidades de 1, 2 o 3 TB y puerto USB 3.0 tipo C, que "garantiza una alta velocidad de transferencia de archivos". Uno de los aspectos que lo hace atractivo como regalo esta Navidad es que se trata de un dispositivo que apuesta por el diseño, ya que está fabricado en aluminio y con bordes cortados con diamante, disponible en color plata o gris oscuro metalizado. Además, incorpora bolsa de transporte. Asimismo, cuenta con software de acceso remoto, "gracias al cual es posible acceder a los archivos almacenados en el disco desde cualquier ordenador, smartphone o tablet de forma remota y sin necesidad de llevar consigo el dispositivo. Además, se suman 10 GB de almacenamiento gratuito en la nube. Y en materia de seguridad, permite bloquear el dispositivo con contraseña para evitar el acceso no autorizado a los contenidos almacenados e incorpora un software avanzado de copia de seguridad que permite programar la realización automática de backups", apunta la compañía.

Fotografía. Las cámaras de fotos son un regalo muy estimado en estas fiestas. Aunque la venta de cámaras réflex digitales ya tuvo su momento de auge, todavía hay buenas expectativas, sin olvidarnos del recorrido de las 'evil', las compactas o las 'bridge'.

Además, es un buen momento para equiparnos con accesorios para aprovechar mejor estos equipos.



FOTO: BILLOW

"Complementos como mochilas, 'straps' o kits de 'selfie' marcan el ritmo actual de este mercado y hacen las delicias de aquellos consumidores que quieren ir a la última mientras capturan los momentos que protagonizan su día a día. Una mochila en la que se puedan transportar todos los elementos necesarios para una buena sesión de fotos con seguridad y comodidad o para llevarla encima mientras se realiza una escapada de fin de semana. Es básica a la hora de pensar en el mejor protector posible para el equipo fotográfico", se afirma desde Silversanz. La compañía destaca las mochilas Smart o Urban Nomad de la firma Smile, así como su nueva colección de correas ('straps') para cámaras de fotos, "ideadas para adaptarse a cualquier tipo de cámara réflex o mirror y enganchar la cámara a través de sus anclajes intercambiables", aptas también para cámaras deportivas.

Por otra parte, Silversanz remarca que "los dispositivos móviles también tienen su particular evolución dentro de este sector y los conocidos 'selfies' también han experimentado una evolución en el mercado. Los amantes de este tipo de imágenes buscan ir un paso más allá y tener un kit en el que se incluyan diferentes accesorios como, por ejemplo, un trípode, un disparador a distancia o unas plantillas que permitan crear nuevas situaciones divertidas durante estas fiestas". La compañía señala que "los equipos completos de Smile están formados por un trípode adaptable a cualquier terreno y posición, un 'selfie stick' de aluminio compacto y resistente a todas las situaciones, un adaptador universal para smartphones, un

disparador a distancia con un rango de actuación de hasta 10 metros, un tornillo de sujeción para cámara sport y bolsa de transporte para llevar todos los elementos". Además, cuenta con los kits 'Party Time', que incluyen plantillas para poder disfrazarse mientras se capturan los 'selfies'.

Cámaras de acción. Aunque estén dentro de fotografía, estos productos merecen un apartado especial porque, presumiblemente, van a ser uno de los productos más demandados esta Navidad. "Hay una gama de producto en ciernes y que nos parece muy interesante, que son las cámaras de acción 360º. El por qué: hay muy poca competencia y oferta actual en el mercado y en Navidad va a ser el 'boom' de esta tipología de producto", asegura Approx. La firma destaca los aparatos equipados con WiFi, gran calidad de imagen y sumergibles, así como la amplia variedad de accesorios para su uso en todo tipo de actividades y deportes. "Se trata de productos compatibles con videos

FOTO: TUCANO



¡ACTÍVATE!

Con las microcadenas Bluetooth solidarias



¡Cómprala ahora y consigue
TU REEMBOLSO!

¡HASTA
100€!

Colabora
además con
5€ para



+ información en



activateconpioneer.com

Promoción válida para compras realizadas en el territorio español del 03/10/2016 al 31/01/2017 en un punto de venta autorizado por PIONEER CNKYU EUROPE. Reembolso por modelos: 10€ por los equipos Pioneer X-EM26-B; 15€ por los equipos Pioneer X-SMC01BT y X-PM12; 20€ por los equipos Pioneer X-HM26; 30€ por los equipos Pioneer X-CM56, X-CM42BT y X-PM32; 35€ por los equipos Pioneer X-HM32V, X-CM66D y X-HM36D; 80€ por los equipos Pioneer X-HM76; 100€ por los equipos Pioneer X-HM86D. Fondos para reembolsos limitados a 21.000€. La participación queda sujeta al cumplimiento y aceptación de los Términos y Condiciones disponibles en activateconpioneer.com



FOTO: SOLAC

YouTube 360º y que se pueden manejar desde su app móvil”, reseña la compañía.

PAE DE CUIDADO PERSONAL

En esta categoría se engloban tanto los equipos destinados a la belleza como aquellos centrados en la salud y el bienestar. Este tipo de artículos son un regalo perfecto para toda la familia.

Cuidado del cabello. Rowenta deposita sus mejores expectativas en los productos para el cuidado del cabello, “ya que la Navidad es una de las épocas del año donde la gente se preocupa más por lucir guapa y porque es un regalo perfecto”. Los secadores suelen tener muy buen comportamiento en estas fechas.

Igualmente, Remington-Spectrum Brands considera que “los productos que mejor se van a vender esta Navidad seguirán siendo aquellos relacionados con el cuidado del cabello”.

Dyson confía en su secador Supersonic. “Desde su lanzamiento el pasado mes de septiembre, se ha convertido en un objeto de deseo para todas aquellas personas que valoran el diseño, la tecnología y el cuidado personal. Por ello, creemos que será el ‘regalo estrella’ esta Navidad”, anota la firma.

Desde Rowenta, firma de Groupe SEB, se destacan las planchas Liss&Curl y Brush&Straight



FOTO: ROWENTA

Premium Care, “ideales para regalar o para compra personal, porque permiten resultados perfectos sin dañar el cabello, que es una gran preocupación de las mujeres”. La marca también se refiere al secador y rizador automático So Curls, de la gama Expertise, su segmento alto de producto. “Permite unos resultados profesionales y, además, es perfecto para regalo”, anota.

Y Solac se detiene en la plancha Surfer Style, “con la que se pueden crear ondas al agua o un ‘look surfero’ de forma muy sencilla, gracias a su tamaño compacto”.

Depilación. Esta categoría es otra de las que no fallan nunca en Navidad. En los últimos años, el protagonismo se lo están llevando los equipos de luz pulsada (IPL) y láser. Rowenta habla de su Instant Soft Compact, “regalo perfecto para esta Navidad, coincidiendo, además, con la época del año en la que se recomienda hacer este tratamiento”.

Asimismo, Scyse habla de las depiladoras láser. Por ejemplo, destaca la X4 de Tria, “que ofrece un resultado espectacular y no requiere cartuchos, por lo que sale rentable a la larga”. Y Solac se refiere a su depiladora IPL Mini Epil.

Cuidado masculino. Los hombres poco a poco se están acercando al PAE de cuidado personal. Además de las afeitadoras, un regalo clásico en estas fechas, se suman otros aparatos. Debido al aumento de la tendencia a dejarse barba, Rowenta hace hincapié en aparatos para su cuidado, como el barbero Air Force Precision, “que aspira el vello que va cortando y así evita ensuciar el baño”, o el multiaccesorios Trim&Style, un ‘7 en 1’ que incluye numerosos accesorios para afeitar el cuerpo, arreglar barba y patillas y cortar el pelo de zonas como la nariz o las orejas. “Es un gran regalo por su practicidad, que se puede usar bajo la ducha y muy ergonómico y fácil de usar”, se explica.

Cuidado dental. A los ya clásicos cepillos de dientes eléctricos por rotación o pulsión se suman otros aparatos, como los cepillos sónicos o los irrigadores bucales.

Cepillos faciales. Se trata de productos novedosos, por lo que pueden tener una buena acogida esta Navidad. Solac habla del cepillo facial sónico My Sonic, “con cepillo exfoliante para lograr una piel brillante y libre de impurezas”.

Cuidado de pies y manos. Este tipo de aparatos son también un detalle apreciable como regalo. Por ejemplo, Scyse confía en el buen comportamiento navideño de productos como la lima electrónica o la bañera spa para pies de HoMedics. Sin olvidarnos de los distintos tipos de masajeadores.



FOTO: REMINGTON

Tensiómetros y pulsómetros. Además de los equipos más sencillos, están llegando al mercado aparatos más sofisticados, que extienden su público a un perfil de usuarios más joven que el tradicional. Estos aparatos pueden conectar a través de bluetooth con el smartphone, sincronizándose para monitorizar los resultados, como sucede con la gama Lifevit, de Daga, o la familia IvyHealth, distribuida por Fonexion. “Ofrecen la posibilidad de sincronizar los resultados con la app, pudiendo así compararlos y almacenarlos en un mismo dispositivo, con la posibilidad de consultarlos o enviarlos en cualquier momento, sólo necesitando conexión a internet”, se indica desde Medisana.

Básculas de análisis corporal. Más allá de las tradicionales básculas, estos dispositivos pueden ser un buen regalo navideño. También se trata de aparatos conectables mediante bluetooth al teléfono inteligente, con el fin de realizar un seguimiento de los valores, explica Medisana.

Pulseras de actividad. Ya hemos hablado de estos dispositivos en la categoría de electrónica de consumo, pero volvemos a incluirlos aquí por su capacidad de sincronización con el teléfono móvil para marcar objetivos y visualizar la actividad diaria, con el fin de vigilar y mejorar el estado de salud. Puede ser un regalo muy interesante para cualquier miembro de la familia. “Todos estos



FOTO: DAGA

productos -básculas, tensiómetros, monitores de actividad y sueño...- permiten un control absoluto de nuestra salud y nos motivan para alcanzar los objetivos de movilidad, de peso, etc. y sentirnos más activos y saludables cada

día”, razones que explican el aumento de su venta en Navidad, señala Medisana.

Tratamiento del aire. Coincidiendo con el invierno, cuando en los hogares tenemos encendida la calefacción, puede ser una buena época para

YOGA BOOK



Tableta gráfica



Sonido envolvente



Teclado Halo



Autonomía para todo el día

Lenovo

Hisense

THE NEXT EVOLUTION IS HERE



ULTRA
CLARIDAD



ULTRA
CONTRASTE



ULTRA
COLOR



ULTRA
MOTION



ULTRA
BRILLO

IT STARTS WITH



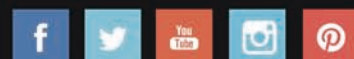
UEFA
EURO2016
FRANCE

Hisense
OFFICIAL PARTNER

Red Bull
RACING
FORMULA ONE TEAM

Hisense
TEAM SUPPLIER

www.hisense.es - mail: marketingiberia@hisense.com



El regalo perfecto está en la tienda de electrodomésticos



FOTO: TAURUS

equipar el hogar con aparatos para el tratamiento del aire, que redundan en salud y bienestar para todos, especialmente de los más pequeños. Nos referimos a productos como humidificadores, deshumidificadores, purificadores o ionizadores. Desde Scyse se destaca el humidificador EVA o el ambientador Julia de Stadler Form. "Son productos que a todo el mundo les vienen bien, por lo que son un acierto seguro", comenta la empresa.

Calor textil. En esta categoría se incluyen almohadillas, calentamanos, mantas eléctricas, etc., en las que Daga deposita muy buenas expectativas para esta Navidad

PAE DE COCINA

Como se explica desde BHS Electrodomésticos, fabricante de marcas como Bosch o Ufesa, "desde la aparición en televisión de los programas de cocina, existe un creciente interés por el ámbito culinario. Este tipo de programas televisivos han potenciado el conocimiento y fomentado el uso de productos como los robots de cocina, las batidoras de vaso o los procesadores de alimentos. Además, creemos que el auge de la tendencia 'detox', que ya experimentamos este verano, va a mantenerse a lo largo de todo el año. El usuario no sólo busca cuidarse en verano, sino que quiere llevar un estilo de vida saludable todos los meses. Por eso, productos como las batidoras de vaso, incluso aquellas de tamaño más reducido para batir y llevar a cualquier sitio, los procesadores de alimentos -para hacer todo tipo de ensaladas- y las licuadoras -para hacer batidos verdes y llevar al gimnasio, por ejemplo-, serán muy demandados esta Navidad". Asimismo, Russell Hobbs-Spectrum Brands cree que "en estas fechas cobran importancia pequeños

electrodomésticos como tostadoras o cafeteras".

Robots de cocina. "Creemos que uno de los productos estrella de esta Navidad va a ser Mycook Touch, el primer robot de cocina con WiFi integrado, capaz de interactuar con el smartphone", indica Taurus.

Asimismo, BSH hace hincapié en el robot de cocina Bosch MUM5, con giro orbital tridimensional para homogeneizar las mezclas y múltiples accesorios. También se detiene en el robot de cocina Bosch MaxxiMUM, con sensor para mantener la misma velocidad de mezclado y obtener masas homogéneas, además de un sensor que detecta el punto exacto de las claras de huevo o la nata, amasado planetario 3D y sistema de fácil elevación del brazo.

Batidoras. Más allá de la batidora 'convencional', en Navidad tendrán buen recorrido los aparatos que ofrezcan algún valor diferencial. BSH destaca la batidora de vaso Bosch SilenMixx, con cuchilla de fácil extracción, programas automáticos para 'smoothies' y para picar hielo o la función 'Pulse', para conseguir la máxima potencia a intervalos. También se refiere a la minibatidora de vaso Bosch VitaStyle Mixx2Go, con jarra de plástico portátil y jarra de cristal termorresistente.

Y en batidoras de vaso, el responsable de Jata cita las nuevas BT800, "con 6 cuchillas extraíbles, ideal para hacer batidos, picar hielo, preparar granizados y mojitos e incluso picar carne".

Licuadoras. Se trata de un producto que se ha revitalizado en los últimos años. Taurus resalta el modelo Liquefruits Pro y su versión compacta, que han renovado su diseño.

Planchas de asar. El Director Comercial de Jata cree que estos aparatos serán algunos de los que mayor venta tendrán esta Navidad. No hay que olvidar que son unas fechas en las que la comida tiene un lugar central.

Yogurteras. "En España se está recuperando la costumbre de hacer yogur en casa. Esta tendencia posiblemente se deba a la creciente afición por la cocina. También por la preocupación que existe sobre el consumo de aditivos, colorantes y potenciadores de sabor. Y 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", explica BSH. El grupo dispone de este tipo de equipos con la marca Ufesa.

Básculas nutricionales e inteligentes. Otro producto que puede tener buena venta es la báscula nutricional, "capaz de indicar el contenido nutricional de 999 alimentos diferentes: grasa, colesterol, fibra, sal, calorías, proteínas, hidratos de carbono...", precisa BSH. Desde Medisana también se remarca el lanzamiento de una báscula conectada: "Gracias a su app, indica los valores nutricionales del alimento que se está pesando".

Cafeteras espresso. "Las cafeteras espresso tienen una estacionalidad de venta significativa en la campaña navideña, especialmente los modelos de alta gama, como la cafetera Squissita Intelligent, que incorpora control electrónico para ofrecer más ventajas al usuario, como la programación de la cantidad de agua por taza de café para que siempre tenga un espresso personalizado a su gusto, o la parada automática para obtener un café espresso de cafetería solamente pulsando un botón", apunta Solac.

BSH también confía en el comportamiento de las máquinas que combinan la posibilidad de emplear monodosis E.S.E. y el sistema tradicional de café molido, como la Ufesa CE7151.

Otros productos. BSH completa la oferta de Ufesa para Navidad con otros productos que tuvieron

FOTO: JATA



muy buena acogida en la campaña anterior, tales como vaporera, panificadora o deshidratador de alimentos.

PAE DE HOGAR

Los aparatos para el hogar quizá no sean tan 'sugerentes' como los de otras familias. Sin embargo, quien regala este tipo de dispositivos no está obsequiando sólo con un electrodoméstico, sino que está haciendo el regalo más preciado: el tiempo. El PAE de hogar permite ahorrar mucho tiempo a los usuarios, permitiéndole disfrutar de tiempo de ocio, estar con su familia, etc.

Aspiradores. Desde BSH se explica que “los aspiradores sin cable y sin bolsa están siendo cada vez más demandados por el usuario. En esta línea, la compañía destaca el aspirador Athlet de Bosch. “Los tradicionales aspiradores trineo, y más la gama con bolsa, están dando paso a esta familia de aspirador práctico, manejable, sin cable y sin bolsa”, se indica. Estos equipos disponen de batería de ion-litio y ofrecen bajo nivel de rumorosidad. Además, cuentan con un kit opcional de accesorios para llegar a todos los rincones de la casa, como juntas de ventanas, repisas, sofás, etc. BSH también reseña la gama Zoo'o Proanimal de Bosch -escoba y trineo con o sin bolsa-, para quienes conviven con mascotas en casa.

Igualmente, Dyson espera que sus aspiradores sin cable V8 sean uno de los regalos más demandados en estas fiestas. “Gracias a su tubo desmontable son las aspiradoras más versátiles. Pasan de ser una aspiradora de mano -ideal para el coche, la cocina, trabajos de bricolaje, etc.- a ser una aspiradora sin cable para el suelo y zonas altas”, se explica.

Taurus destaca sus dos nuevos equipos verticales, Speedfigth 29.2 Lithium y Unlimited 25.6 Lithium, un aspirador '3 en 1', capaz de limpiar suelos duros, alfombras y moquetas y usarse como aspirador de mano. Se trata de equipos con tecnología ciclónica de filtrado, batería de litio y dos velocidades.

FOTO: DYSON



En su caso, Polti apuesta esta Navidad por Unico, “el primer aspirador con función vapor, capaz de limpiar, secar e higienizar cualquier superficie”. Esta gama está compuesta por el MCV80 y MCV85 Total Clean & Turbo, aparatos que aspiran, limpian con vapor y secan. Disponen de vapor ilimitado y regulable, tecnología multiciclónica y filtro HEPA con pastillas ambientadoras 'Frescoaspira', perfumando el aire de salida.”Acaban con la más diminuta mota de polvo, y su potente chorro de vapor neutraliza ácaros y bacterias”, indica la compañía. Además, dicha línea vendrá acompañada de otros lanzamientos. En la gama Forzaspira se enmarca el C130 Plus, un aparato compacto y alta fuerza de aspiración, gracias a su tecnología ciclónica sin bolsa, que incluye múltiples accesorios. Completa la familia el MC350 Turbo & Fresh, un equipo compacto, de aspiración ciclónica sin bolsa y filtro HEPA, con regulación de aspiración electrónica y 'Frescoaspira'. En la gama Vaporetto, Polti dispone del SV 420 Frecovapor, una escoba de vapor ligera y fácil de maniobrar, de autonomía ilimitada gracias a su depósito extraíble, permitiendo su rellenado sin tener que parar. “Neutraliza ácaros, gérmenes y bacterias y permite limpiar sin utilizar productos químicos”, anota la firma. Y también cuenta con cepillo 'Frecovapor'. En la misma familia, SV 44 Double, también dispone de autonomía ilimitada, depósito extraíble y cepillo 'Frecovapor'. Además, se transforma fácilmente en un aparato portátil, con el que se puede limpiar cualquier superficie, como cristales, fogones, juntas, sofás, etc.

Robot limpiacristales. Kärcher confía en el recorrido de este tipo de aparatos, como su Window Vac 1 Plus. “Desde que se lanzó, ha vendido más de 15 millones de unidades en Europa. Este invento ha



FOTO: POLTI

revolucionado la limpieza de cristales. El goteo del agua y la formación de charcos son cosa del pasado”, se explica desde la compañía.

Planchas. BSH destaca los diferentes modelos Bosch de planchas de inyección, de vapor y centros de planchado, “todas ellas diseñadas para encender y planchar, sin selector de temperatura”. La compañía explica que “Bosch ha desarrollado una temperatura de planchado con la que poder planchar todo tipo de tejidos, sin necesidad de preclasificar la ropa y sin seleccionar la temperatura de la plancha, consiguiendo así un planchado más rápido y cómodo. Ofrece una temperatura suficientemente alta para eliminar todas las arrugas, pero suficientemente baja para proteger todo tipo de tejidos, incluso los más delicados”. Ufesa también tiene buenas expectativas para los centros de planchado, entre los que se incluye un equipo vertical, especialmente indicado para trajes, vestidos, ropa de cama, almohadas o tapizados.

FOTO: TAURUS



LED CUBIC

AHORRO EN REALIDAD AUMENTADA

Led **CUBIC** en realidad aumentada

1) Descarga la aplicación **ALIVE AUGMENTED REALITY** en tu smartphone (Vía Google Play / App Store)

Android

Apple iOS

2) Abre la aplicación **Alive** y enfoca con la cámara sobre la imagen superior

SILVER

ELECTRONICS

L I G H T I N G

SILVER SANZ
Sant Just Desvern, Barcelona
Tel. (+34) 934 739 085
silversanz@silversanz.com

WWW.SILVERELECTRONICS.COM



FOTO: SCYSE

También en planchado vertical, Scyse apuesta para estas fechas por los equipos SteamOne, “un regalo perfecto por la rapidez y comodidad con que se eliminan las arrugas de las prendas”.

Solac hace hincapié en sus centros de planchado compacto, “sobre todo el modelo Premium Sensor Evolution Tactiel, que incorpora pantalla táctil, sensor automático de la generación de vapor, suela de aluminio anodizado y la potencia de vapor de los centros de planchado pero con la comodidad de eliminar el calderín, ahorrando espacio y tiempo en el planchado”.

Asimismo, Polti destaca las incorporaciones a su gama Vaporella: Tabla Essential y Tabla Top. “Con superficie transpirable y compatible con cualquier plancha de caldera, son las aliadas perfectas a la hora de planchar”, se indica. Disponen de soporte para plancha, bloqueo de seguridad y sistema de apertura fácil. Además, la segunda, cuenta con rejilla para la ropa planchada y asta flexible para fijar el cable, así como un plancha mangas.

ACCIONES DE CAMPAÑA

Las marcas son conscientes de que las ventas navideñas son realmente importantes para la facturación global, por lo que despliegan todo su arsenal con el fin de potenciar su negocio en estas fiestas. Repasamos qué van a hacer las compañías esta Navidad.

Approx
Entre las acciones promocionales de la compañía con la vista puesta en la próxima Navidad, el pasado mes puso en marcha una campaña de medios, a través de una promoción en el diario deportivo ‘Marca’. Además, la firma ha elaborado PLV general de la marca Billou Technology, en la que se engloba toda la gama de productos de la enseña. Por último, ha realizado sorteos de productos a través de sus perfiles en redes sociales.

BSH
La actividad promocional del grupo BSH será intensa esta Navidad. Por ejemplo, Bosch ofrecerá la prueba de 100 días de los aspiradores sin cable Athlet, los equipos sin bolsa Relaxx’x y la gama de planchas y centros de planchado EasyComfort.



FOTO: KARCHER

“Esta promoción, orientada al consumidor final, consiste en una prueba durante 100 días y, si no le convence, se le reembolsa el dinero”, indica la compañía. Además, se sortearán 10 cursos online de cocina al mes de la Escuela MasterChef, sorteo al que se tendrá acceso por la compra de un producto de pequeño electrodoméstico Bosch que aparezca en dicho programa televisivo. Estas campañas estarán vigentes hasta el 31 de enero 2017. Y Ufesa también contará con una campaña de Navidad, “orientada a encontrar los mejores precios de este invierno en productos que son pequeños grandes aciertos para el usuario”, señala BSH.

Además, el punto de venta tendrá un peso muy importante en la promoción.”Buscamos la excelencia en el punto de venta a la hora de la realización de los materiales propios para cada uno de nuestros lanzamientos. Cabe destacar que desde las marcas se tienen en cuenta varios factores para la elección, creación y ejecución de los materiales para el punto de venta. En el caso de Bosch, los puntos de venta contarán con diversos materiales para dar a conocer las dos promociones citadas -folletos, etiquetas colgantes, A4, banners...-, así como diversos materiales pensados específicamente para vestir el punto de venta con ‘MasterChef’ y ‘MasterChef Junior’ -folleto, stopper, pirámide, trasera de lineal, trasera de cabecera, banners...-. En cuanto a Ufesa, los puntos de venta estarán vestidos con vistosos materiales para dar a conocer la campaña de Navidad -cubrepalet, traseras de lineal, trasera de cabecera, tira de balda, A4, banners, etc.-”, precisa el grupo.

Asimismo, se apoyará con publicidad y patrocinios en medios de comunicación:

“Durante la campaña de Navidad, el aspirador Athlet contará con una amplia repercusión en televisión, en la que también se dará a conocer la promoción. Además, durante los meses de noviembre y diciembre, Bosch volverá a patrocinar ‘MasterChef Celebrity’. Y durante diciembre y enero estará presente también en la edición de los más pequeños. ‘MasterChef Junior’”.

La comunicación se extenderá a la red. “La promoción de ‘Prueba 100 días’ para Athlet y Relaxx’x se verá reforzada en el ámbito online con una amplia información sobre el producto en la página web de Bosch. Por otro lado, estos productos también estarán disponibles en el blog de Bosch, en YouTube, en Facebook y en Twitter. La promoción de cursos de cocina online de la Escuela MasterChef contará con banners diseñados para todos los distribuidores que quieran hacerse eco de esta promoción en sus páginas web. También se verá reforzada por posts en el blog de Bosch y en el perfil de Facebook y Twitter de la marca. Además, habrá acciones en la tienda online de Bosch para los robots de cocina MaxxiMUM y MUM5, para las planchas

FOTO: SILVERSANZ



solac

100

AÑOS CONTIGO

En nuestro 100 ANIVERSARIO,
al comprar productos SOLAC de PVP igual o superior a **29,99 €**
Regalamos una experiencia de BIENESTAR | AVENTURA | CATA GOURMET



www.100añosconsolac.com
del 1 de septiembre de 2016 al 7 de enero de 2017

Bases Legales de la promoción en www.100añosconsolac.com.



Sorteamos un **SEAT León**





FOTO: TOMTOM

de inyección TDI90 y de vapor y para las nuevas batidoras de vaso SilentMixx. Y en Ufesa, el punto de venta digital estará vestido con banners en las páginas web de los distribuidores que quieran unirse para comunicar la campaña”, explica BSH.

Daga

El lanzamiento de nuevos productos será uno de los puntos fuerte de Daga para esta Navidad. La firma presentará cerca de 40 novedades en los ámbitos de calor textil, salud, belleza, bienestar y cuidado personal. Dichos lanzamientos vendrán reforzados con diversas actuaciones. En primer lugar, la marca realizará “acciones de promoción conjunta con nuestros clientes en los ámbitos del electrodoméstico, la ferretería o el canal farmacia y ortopedia”, precisa. Asimismo, ha elaborado material de punto de venta y videos promocionales para potenciar el lanzamiento de las principales novedades. Todo ello se acompañará de acciones en redes sociales durante toda la campaña.

Dyson

La firma pondrá en marcha varias actuaciones en estas fechas. “Para la Navidad, tendremos una campaña en televisión. Además, realizaremos una campaña en redes sociales para comunicar

FOTO: STREAM SYSTEM



nuestras propuestas de cara a la Navidad en nuestra página de Facebook. Por otra parte, para demostrar nuestros secadores de pelo Dyson Supersonic, contaremos con promotoras especializadas en nuestros principales puntos de venta. También llevaremos a cabo una campaña de ‘home trial’ con nuestras aspiradoras sin cable y el nuevo Dyson Pure Hot+Cool Link. Esta actividad permitirá a los clientes probar los productos Dyson seleccionados durante 30 días, con la posibilidad de devolverlo a Dyson si éste no es de su agrado”, se anota.

ErsaxTrade

El Director Comercial señala que la compañía tiene varias acciones en marcha. “Estamos realizando promociones en diferentes canales de venta con el Meizu m3s, el m3 note y el PRO 6. Además, en noviembre llegó oficialmente a España el Meizu MX6, un smartphone muy esperado. Y desde hace poco también están en el mercado el ORA Fit 2 y el Prisma Phone 2. También hemos seleccionado puntos de venta estratégicos en los que situaremos expositores de la marca que contarán con el apoyo de promotores especializados en tecnología. Estas acciones están apoyadas por cartelería, presencia en folletos, flyers, etc.”.

También hay acciones en medios de comunicación. “Ya hemos iniciado campañas. Habrá presencia de Meizu en los moopis de las principales estaciones de metro de Madrid y Barcelona, tenemos activas cuñas de producto en radio y banners en medios de comunicación en los que está presente nuestro ‘target’ potencial. Tenemos previsión de ampliar nuestra presencia mediática durante estos meses. Estamos trabajando en ello”, reseña Isus. Y en la parte online, recuerda que la empresa “está

colaborando con los principales retailers del país y cerrando campañas para aumentar la visibilidad de nuestros productos”.

Respecto al branding, la compañía concede importancia a los patrocinios. “El primero fue durante la celebración del ‘Barcelona Games World’, en la FIRA de Barcelona, con Meizu como ‘sponsor’ de la ‘Games Party’. Y nos estamos moviendo en ferias, foros y otros espacios relevantes para nuestro público objetivo”.

Además, anota que “todas estas acciones están apoyadas por nuestras cuentas oficiales en redes sociales, las cuales aprovechamos para aumentar el alcance de las acciones, crear ‘hype’ e incrementar la interacción. Nuestros resultados en este campo también están siendo muy positivos. En pocos meses, el ranking SocialBakers con Meizu España nos posiciona como la marca de tecnología móvil en España con mayor incremento de masa social, especialmente en Twitter”.

Fonexion

La empresa explica que “siendo una empresa B2B, las acciones se realizan en la época previa a la campaña navideña”. Así, precisa que ha lanzado un catálogo en papel, dirigido a todos sus clientes y contactos. Además, recientemente celebró la carrera benéfica ‘Bilbao Lets Run’, patrocinada con sus marcas Ideus y IvyHealth. Y también auspició la ‘Milla de Atletismo de Berango’. Por otra parte, la empresa comenta que es “muy activa en redes sociales”. “Realizamos concursos, publicamos noticias de interés y es aquí donde podemos acercarnos al usuario final de nuestros productos”, afirma.

Garmin

La Directora de Marketing de Garmin Iberia indica que la compañía llevará a cabo “todo tipo de promociones y campañas, como hacemos cada año”. “Nos mostramos muy activos en campañas tan importantes como la navideña y, por tanto, estaremos muy presentes en todo tipo de medios y soportes desde finales de noviembre hasta enero. Nos dirigiremos al usuario final mediante publicidad en exterior, en medios, con promociones especiales en punto de venta y concursos en redes sociales. También estaremos junto a nuestros distribuidores y en puntos de venta, ayudándoles a optimizar al máximo las ventas de nuestros productos en este período tan importante. En cuanto a promociones, este año también destacamos que, por la compra de Fenix 3 HR Zafiro y Forerunner 35, los usuarios podrán conseguir de forma gratuita y sin sorteo un dorsal para su próxima carrera, simplemente registrándose en una web y facilitando una prueba de compra”, puntualiza.

Gigaset

La empresa se vuelca decididamente en la distribución y las redes sociales. “Igual que durante el resto del año, ofrecemos formación

COMMUNITY

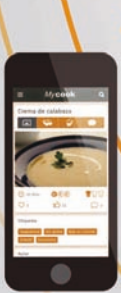


Únete al Club Mycook, más de 30.000 mycookers, más de 4.000 recetas y en constante aumento.



Mycook touch

El robot de cocina con Wi-Fi y recetas ilimitadas



Descarga gratis nuestra App. Todas las recetas del Club Mycook en la palma de tu mano con lista de la compra automática. Elige la receta y envíala a tu Mycook para cocinar al instante.



Sube tus recetas y gana premios, accede a contenidos de calidad, disfruta de los consejos de nuestros embajadores y sus videorecetas. ¡Entra en el universo Mycook!

www.mycook.es



CREA. COCINA. COMPARTE.

continua al canal, ya que creemos que es la base para poder ofrecer una atención de calidad a los usuarios finales. Sin descuidar a ninguno de los grandes protagonistas del retail, apostamos fuertemente por las cadenas verticales y, a través de sus centrales de compra, estamos llevando a cabo ofertas muy interesantes para hacer accesibles nuestros teléfonos DECT básicos a precios realmente competitivos. También estamos potenciando la parte online, siendo cada vez más activos en ofrecer información y novedades a través de las redes sociales”, especifica su Consejero Delegado.

Jata

La firma hace todo tipo de acciones, desde lanzamientos hasta promociones especiales, pasando por actuaciones de marketing y publicidad. “El grueso de la inversión está en la campaña de televisión que realizamos con el grupo Mediaset. Anunciaremos la mejor plancha de asar del mercado, el modelo GR558, que presentamos en sociedad en mayo y de la que ya sabemos que es un éxito”, asegura la compañía.

Kärcher

Potenciará su campaña navideña con una amplia variedad de acciones. Entre ellas está el lanzamiento de la limpiadora de cristales y superficies lisas Window Vac 1 Plus, reforzada con la presentación de una campaña publicitaria centrada en la presentación de este aparato. “La campaña gira en torno a un experimento en el que Kärcher pretende poner a prueba a padres y madres para saber cuánto saben de sus hijos. Pretendemos demostrar a los padres de hoy en día que, si minimizan el tiempo que emplean en las tareas de limpieza, podrán disfrutar más de sus pequeños. El experimento ha consistido en preguntar a padres e hijos por separado lo que los niños querrían ser de mayores, para luego comprobar si las respuestas de los niños coincidían con las de los padres. De este modo, se ha confirmado que, en gran parte de los casos, los padres dudan sobre los gustos y preferencias de sus hijos. Con esta campaña, Kärcher demuestra

FOTO: BSH



FOTO: WIKO

a los padres que pueden pasar más tiempo disfrutando de sus hijos gracias a nuestra nueva limpiadora de cristales Window Vac 1 Plus. Durará hasta el 30 de diciembre y consta de un sorteo online en la página www.eltiempoquemerecen.com, donde los usuarios cuentan en qué invertirían su nuevo tiempo si limpiaran con la Window Vac 1 Plus de Kärcher. El ganador del sorteo podrá elegir entre un fin de semana en Port Aventura o en el Parque Warner Madrid para disfrutar en familia de los más pequeños”, precisa la compañía.

También recurrirá al marketing promocional: “La estrategia estará basada tanto en una campaña digital, donde Kärcher estará presente en redes sociales y con ‘youtubers’, así como en los medios digitales más representativos afines al ‘target’ de esta campaña”. Asimismo, hará acciones en el punto de venta. “Contaremos con una acción offline en dos centros comerciales de Madrid y Barcelona. A través de acciones de demostración y juego con

los más pequeños, demostraremos que la limpieza de ventanas y superficies lisas se convierte en un juego de niños con nuestra Window Vac 1 Plus”, se explica.

Lenovo

La compañía dispondrá de PLV específico para Yoga Book, “para destacar los beneficios del producto frente a nuestra competencia”. Además, en el punto de venta se pondrán en marcha ‘zonas experienciales’ del propio Yoga Book. También contará con comunicación y promociones en redes sociales, así como concursos en dichas plataformas, “donde involucrar a los usuarios para que ganen premios y dar a conocer así nuestros productos estrella”.

Medisana

La firma explica que siempre aprovecha la feria IFA para lanzar las novedades para la campaña navideña, “productos nuevos que encajan con las necesidades del consumidor actual”. También lleva a cabo acciones en el punto de venta, como la colocación de cabeceras y expositores especiales en diferentes puntos de venta. Asimismo, apuesta por la potenciación de su presencia en redes sociales, particularmente en Facebook.

Nevir

La compañía afirma que va a realizar promociones de algunas de sus referencias. En concreto, algunas de sus acciones se centrarán en sus televisores 4K. La empresa desarrollará ofertas combinadas a sus clientes y también tiene previsto aumentar la presencia de PLV en determinados centros, tanto para sus productos de PAE como para los artículos de gama blanca. En cuanto a la presencia en medios, el departamento de Marketing de Nevir especifica que se pondrán en marcha campañas en prensa “en publicaciones que no son las habituales”, además de realizar comunicación o promociones en redes sociales. Por ejemplo, planea “sorteos anunciados en redes sociales, en colaboración con alguna revista, coincidiendo con alguna novedad en PAE, sobre todo”.



FOTO: MEDISANA

Polti

La empresa centra sus esfuerzos en las redes sociales y las acciones promocionales. “Hemos activado las redes sociales con publicaciones semanales con información de producto, curiosidades, etc. Y vamos a poner en marcha una promoción ‘cashback’ con Lecoaspira, donde se reembolsarán 30 euros a aquellos usuarios que adquieran un Lecoaspira FAV50, o un reembolso de 60 euros a los que adquieran un FAV70 o un FAV80. En estas fechas, además, contamos con diferentes promotoras en el punto de venta, para dar a conocer el producto y dinamizar las ventas”, señala la firma.

Rowenta

La marca de Groupe SEB presenta para estas fechas la gama Premium Care, compuesta por secador, planchas y tenacilla, así como el secador de gama alta Expertise o el multiaccesorios para hombre Trim&Style 7 en 1. Estos lanzamientos se apuntalarán con la instalación de boxes y displays para la gama Premium Care y Men Care, que también se respaldará con inversión en campaña de medios. Además, se apoyará en bloggers de belleza como Patry Jordán o sus embajadores de marca, Helen Lindes y Maxi Iglesias, junto con acciones en redes sociales. La campaña se completa con el patrocinio del ‘Prix de la Moda Marie Claire’, celebrado el pasado 16 de noviembre. De hecho, la firma ha patrocinado, a lo largo del año, los principales eventos de moda del país, como ‘Mercedes-Benz Fashion Week Madrid’, ‘080 Barcelona’ o eventos de la agencia de modelos Elite Model Look. Incluso realizó su propio desfile ‘Rowenta Style’.

Scyse

La empresa especifica que está “realizando circuitos de demostración con promotoras y PLV en la implantación de la gama de planchado vertical de SteamOne, tratando de dar a conocer al público general este nuevo concepto de ‘planchar para poner’, en contraposición del tradicional ‘planchar para guardar’. Estas mismas demostraciones sirven de formación y conocimiento del producto

al personal de tiendas”. También se apuesta por los lanzamientos. “Las marcas HoMedics, Salter, SodaStream, Sharp, StadlerForm, SteamOne, Salter, LABS y HMDX consolidan un total de 100 novedades que se han incorporado este otoño de cara a la Navidad”, afirma la compañía. Además, precisa que colabora con la distribución en todas las acciones promocionales de la estación, “con atractivos descuentos y campañas específicas”. Asimismo, asegura que se refuerza la comunicación en Navidad “con la presencia en medios nacionales específicos para cada una de las categorías y propuestas de nuestras marcas”.

Silversanz

La compañía explica que durante la campaña de Navidad realizará diferentes acciones para dar visibilidad a los productos que distribuye. “Aprovecharemos nuestros perfiles en las redes sociales para potenciar cada una de nuestras novedades, con el fin de que nuestros seguidores estén informados



FOTO: SILVERSANZ

en todo momento de las últimas noticias de la firma Smile. También haremos difusión a los medios de comunicación de todos nuestros productos, con el fin de despertar el interés de aquellos espacios en los que se hable con frecuencia de fotografía, tecnología o dispositivos móviles y de sus complementos asociados. Así podremos ganar visibilidad dentro de diferentes tipos de público y usuarios”. Silversanz añade que “los lanzamientos especiales, promociones y patrocinios también cobrarán protagonismo durante estas fechas, así como las acciones directas en los puntos de venta y el marketing promocional”.

Solac

Este año se dan circunstancias muy especiales para la marca, que celebra su 100º aniversario. “Para celebrarlo y premiar la fidelidad y confianza de nuestros clientes, hemos puesto en marcha una extraordinaria promoción, ‘100 años con Solac’, en la que regalamos experiencias de ocio y bienestar por la compra de productos cuyo valor iguale o supere los 29,99 euros. Desde el pasado mes de septiembre y hasta el próximo 7 de enero de 2017, comprar alguno de los productos de Solac tiene premio asegurado. Una sesión de spa, un tratamiento facial o corporal, maquillaje o esmaltado de uñas, por ejemplo, son algunos de los tratamientos de belleza que los consumidores podrán elegir de forma gratuita al comprar un producto Solac. Los más aventureros podrán disfrutar de experiencias relacionadas con los deportes de aventura, como paseo en kayak, escalada, windsurf, rafting... Los más sibaritas, experiencias gastronómicas como una cata de vinos para disfrutar en pareja. Además de poder disfrutar de una fantástica experiencia, paralelamente hemos puesto en marcha un sorteo de un Seat León entre todos los participantes en la promoción”, comenta la firma.

“Para dar una gran visibilidad a la promoción, en los establecimientos de venta se han creado una serie de materiales PLV -tótems, displays, flyers, stoppers, etiquetas adhesivas-, bajo el eslogan de ‘Regalo seguro’, que comunican y dan visibilidad



FOTO: SOLAC

a la promoción para ayudar a los prescriptores a comunicar y destacar la promoción para utilizarlo como argumento de venta esta Navidad”, explica. Además, ha puesto en marcha una campaña de publicidad en diferentes soportes -revistas de consumidor, radio y medios online-, que estará en marcha durante los meses de noviembre y diciembre.

Spectrum Brands

La compañía llevará a cabo varias acciones. Por un lado, cuenta con lanzamientos especiales. “Hemos lanzado tres nuevas gamas de producto. En el caso de Russell Hobbs, la gama Retro de desayuno, compuesta por dos tipos de tostadoras, hervidor y cafetera, en tres colores distintos. Para el cuidado personal, con Remington, una gama completa para chicas, PROluxe, que incorpora dos moldeadores, un secador y una plancha. Y para hombres, el Precision Cut, para mantener cortes de pelo perfectos todos los días del año”. Estas presentaciones se refuerzan con acciones de comunicación. “A través de nuestros perfiles en redes sociales, también daremos a conocer todas las novedades de producto, además de concursos especiales para estas fiestas, con el objetivo de que todos nuestros seguidores puedan conseguir su regalo navideño con toque Russell Hobbs o Remington”. Asimismo, prevé acciones

FOTO: RUSSELL HOBBS



con ‘influencers’. “Para dar a conocer las novedades de producto, tenemos planteada también una campaña de ‘influencers’/‘bloggers’. Informarán sobre los productos mediante publicaciones en sus canales principales, adecuando el mensaje y contenido a cada tipo de medio y cada tipo de ‘influencer’”.

Stream System

“Dependiendo de cada producto, tenemos un tipo de estrategia diferente. Aunque todas se enfocan en la propia experiencia del usuario de hoy en día, el cual es un cliente omnicanal. Por ejemplo, complementamos acciones de marketing offline, como ofrecer un precio atractivo en la portada de un folleto o destacar productos en revistas especializadas. A su vez, también acciones de marketing online, como promociones destacadas en los principales canales de venta online. Las acciones de re-marketing suelen funcionar bastante bien”, explica la empresa.

Taurus

Con la vista puesta en la Navidad, Taurus ha actualizado uno de sus productos estrella: la batidora de varilla Robot 500. “El resultado ha sido una nueva gama de robots más actuales y potentes, que podemos ofrecer a precios muy competitivos, con una mejora significativa de las prestaciones”, se indica. Además, la marca especifica que este año ha apostado por la publicidad online, “realizando grandes campañas de difusión con novedades como protagonistas, como el nuevo aspirador Pulsar Eco Turbo. En esta línea, estamos trabajando con Mycook Touch. En este caso, con acciones muy cualitativas dirigidas a segmentos específicos de población, como podrían ser las intolerancias alimentarias -celíacos-, familias numerosas, amantes

de la cocina fácil e incluso los aficionados a la repostería, desarrollando contenidos de gran calidad y utilidad”.

La enseña también apunta que “las redes sociales son un puntal para nuestra estrategia de comunicación, destacando el perfil en Facebook de Mycook, donde nuestra comunidad supera los 108.000 seguidores. Estas redes seguirán apoyando toda nuestra comunicación, aumentando la presencia durante la campaña de Navidad”.

Explica que algunas de las acciones que tienen preparadas incluyen colaboraciones con importantes escuelas profesionales de repostería, como Espai Sucre en Barcelona, así como con cocineros mediáticos, como Andrea Vicens, finalista de ‘Master Chef 3’.

Y durante las fechas navideñas va a realizar demostraciones culinarias en numerosos puntos de venta con Mycook Touch, su robot de cocina más avanzado. Asimismo, muchos de sus productos van a estar acompañados en el punto de venta con PLV específico, con el fin de ayudar al usuario en su proceso de compra.

TomTom

La compañía está llevando a cabo dos campañas de comunicación paralelas, tanto en navegación como en deporte. “En cuanto a la parte de navegación, continuamos con nuestra campaña ‘Priority Driving’. Con nuestros nuevos navegadores es posible estar actualizado en tiempo real, conectado al smartphone y tener el control, todo ello concentrado en la carretera de forma segura. Y, por supuesto, llegar al destino a tiempo.

Para el mundo del deporte, acabamos de lanzar la campaña ‘Get Going’. Creemos que se puede vivir una vida más sana y feliz moviéndose más. Normalmente, el primer paso es el más difícil, sea cuál sea el deporte o actividad. Nuestro papel en el deporte es ayudar a la gente a moverse más, motivándolos a dar el primer paso, ponerse en marcha y alcanzar sus metas”, aclara Sevillano.

Toshiba SPD

En el caso de los periféricos y accesorios, Toshiba SPD explica que tiene previsto “el lanzamiento de un innovador dispositivo de almacenamiento externo para smartphones, que facilita las operaciones de copia, backup y gestión de archivos de varios dispositivos móviles”. Además, la compañía desarrollará diversas acciones de marketing, como “una newsletter especial dirigida tanto a los actuales y potenciales usuarios de nuestros productos como a nuestro canal de distribución. Y también tendremos una presencial especial en las webs de nuestros principales retailers –MediaMarkt, El Corte Inglés y Carrefour- con un banner navideño y participaremos con productos en un concurso en redes sociales”.



FOTO: WIKO

Tucano

Tucano apuesta por los nuevos lanzamientos y acciones de ‘trade marketing’ en retailers y descuentos especiales en fechas señaladas, como Black Friday y Navidad. Además, cuenta con sus newsletter y acciones de marketing con los distribuidores, incluyendo el suministro de PLV. Sus actuaciones se completan con campañas en medios, marketing digital y acciones de promoción de sus productos en redes sociales.

Wiko

Wiko lanzó el pasado mes de octubre la gama de móviles Ufeel, con la vista puesta en la campaña de Navidad. Para reforzar su presencia, la firma suministra material informativo –folletos, catálogos con los nuevos lanzamientos, etc.- a los puntos de venta donde se distribuyen sus productos, disponible para los clientes que acuden a la tienda. Para ‘calentar motores’, en septiembre ya ofreció una campaña publicitaria en las principales cadenas generalistas de televisión, así como una campaña en YouTube en verano. Además, la firma se apoya en otros medios de comunicación. “En campañas como la de Navidad establecemos acciones relacionales con medios para llegar a ellos de una manera más personalizada, de tú a tú, y sin tratar de comunicar nada nuevo, ni lanzamientos ni productos. Simplemente, para que conozcan quiénes somos y sepan que detrás de una marca hay personas que se acuerdan de felicitarles en Navidad”, indica la empresa.

Asimismo, apuesta decididamente por las redes sociales. “La gestión de las redes sociales es parte de nuestro compromiso diario con nuestros clientes. Informaremos de las novedades de la marca y, sobre todo, crearemos contenido específico para nuestros seguidores: concursos, sorteos, acciones participativas... Este periodo es el momento más importante del año y haremos un mayor esfuerzo para comunicarnos de forma directa con nuestro público, tanto a través de redes sociales como a través de otras vías”, indica la compañía.

Sus acciones se completan con patrocinios. “En Navidad, nos gusta sorprender a nuestro público de una manera diferente, especial, muy ‘Game changer’, como reza nuestro lema. Sabemos que llegar a las persona de la mano de una de sus pasiones, como el fútbol, es lo más intenso, directo y emotivo. En este sentido, el año pasado, por ejemplo, llevamos a cabo una campaña navideña en colaboración con el Real Betis Balompié, uno de los equipos de fútbol que patrocinamos. En estos momentos estamos concluyendo qué vamos a hacer este año para volver a emocionar a la gente”, explica Wiko. ■

¡NOVEDAD!

MEDISANA®

AH 662. Humidificador por ultrasonidos



Humidificador por **ultrasonidos** que mejora la calidad del aire que respiramos
Duración del depósito cuando está lleno de **15 horas**
Dispensador de esencias incluido, para añadir aromas y crear un ambiente agradable