



Al final, lo más importante es facilitar al usuario final un amplio abanico de productos para que éste pueda elegir, y así poder satisfacer sus expectativas de compra.

Marc Font

Responsable de Retail para Sistemas de ASUS Ibérica



ASUS surge de las últimas cuatro letras de Pegasus, el caballo alado de la mitología griega, símbolo de inspiración artística y aprendizaje. ASUS personifica la fortaleza, el espíritu creativo y la pureza representada por esta majestuosa criatura, alcanzando con cada nuevo lanzamiento, nuevas cotas de calidad e innovación. La marca ASUS está fundamentada en cuatro valores fundamentales conocidos como el ADN ASUS y que incluyen: "Las 5 virtudes de ASUS: Humildad, integridad, diligencia, agilidad y valor", "Enfoque al fundamento y los resultados", "Innovación y estética" y "Optimización de la productividad (Lean Thinking)". Con el fin de alcanzar la visión de llegar a ser la empresa más admirada de la nueva era digital, nuestros empleados son alentados a practicar y desarrollar sendos "genes".

¿Cómo han evolucionado los productos ASUS en los últimos 20 años? ¿De qué manera se han ganado un hueco en el mercado español?

La constante innovación en todos los productos ha sido el motor principal de la evolución de Asus en sus 20 años de historia. Muestra de ello es, por ejemplo, que Asus fue el primer fabricante en incorporar la webcam en los ordenadores portátiles (modelo ASUS A2H), en incorporar los nuevos puertos USB 3.0 (modelo ASUS N61), o en lanzar al mercado el primer ordenador portátil con doble touchpad integrado (modelo ASUS NX90).

Partiendo de esta búsqueda constante de la innovación, y junto con la calidad contrastada de nuestros productos, Asus se ha podido establecer y consolidar en el mercado español como el tercer fabricante de equipos móviles en términos de ventas.

¿Qué importancia tienen las tiendas de electrodomésticos para el mercado informático?

Las tiendas de electrodomésticos, en general se caracterizan por la cercanía al usuario final; por lo que para Asus son una figura imprescindible en el mercado para hacer llegar nuestra tecnología y calidad a un público que no es tan conocedor de nuestra marca.

Además, cada vez más este tipo de establecimientos están adquiriendo roles de especialista en productos tecnológicos (creando espacios diferenciales en el punto de venta), por lo que desde Asus intentamos trabajar de manera conjunta con estas figuras, para que gracias a su experiencia podamos identificar las necesidades de este tipo de clientes, y así poder cubrirlas de la manera adecuada.



¿Es posible combinar precio y calidad? ¿Cuál es la apuesta de ASUS?

La apuesta de Asus para los tiempos actuales de incertidumbre económica es precisamente ésta: unir la contrastada calidad de nuestros productos a unos precios competitivos.

Prueba de ello es que Asus ha sido recientemente premiada como la marca con un mayor índice de fiabilidad de sus ordenadores portátiles por la compañía externa Rescaucom, empresa dedicada a la reparación y soporte de productos informáticos, que periódicamente publica un estudio sobre el índice de consultas generada por empresas fabricantes de tecnología.

Desde Asus creemos que en el periodo actual, la mejor receta para ganarse el corazón de los usuarios de dispositivos informáticos es ofrecer la mayor calidad posible sin que esto implique un mayor coste de nuestros productos.

¿Qué papel desempeña la distribución horizontal y vertical en los puntos de venta?

En este país contamos con la suerte de contar con ambas estructuras empresariales, tanto verticales como horizontales, y desde Asus intentamos acercarnos a ambas tipologías, porque el hecho de colaborar con ellas de cerca nos permite a su vez la posibilidad de llegar a un abanico de usuarios más amplio y diverso.

¿Qué ofrece ASUS a los distribuidores que deciden vender sus productos? ¿Qué les aporta ASUS a éstos?

Estamos convencidos de que la mejor manera de conseguir y mantener a un cliente satisfecho es ofreciéndole el mejor producto del mercado,

por lo que intentamos ofrecer siempre productos innovadores y de contrastada calidad, a un precio competitivo.

En este sentido, a todos nuestros distribuidores y partners intentamos transmitirles esta filosofía en cuanto al producto, complementándolo con el soporte de un experimentado equipo humano, y una serie de ventajas comerciales siempre enfocadas a facilitar la tarea de la venta al distribuidor.

Los profesionales de los puntos de venta, ¿tienen algún tipo de formación relacionada con los productos que venden?

Desde Asus intentamos promover la formación continua de todo aquel agente implicado en la venta y uso de alguno de nuestros equipos, facilitando la mayor cantidad de información posible y ejerciendo una política activa a la hora de actualizar conocimientos sobre producto y tecnologías.

Creemos que la información acerca del producto es una herramienta de venta muy importante, básica para poder cubrir la demanda y los requisitos que tengan los usuarios finales.

Si el consumidor indica el uso que le va a dar al equipo, y el profesional del punto de venta posee la información de todos los productos que tiene disponibles, podrá ofrecer de manera satisfactoria el producto adecuado a las necesidades de cada cliente.

Prueba de ello ha sido el evento llevado a cabo recientemente, junto con la participación y colaboración de Intel® y Microsoft®, en el que pudimos reunir a más de un centenar de

profesionales del punto de venta de diferentes cadenas, tanto para escuchar sus necesidades e inquietudes, como para formarlos en las nuevas tecnologías que llegarán al mercado en breve.

¿Creen ustedes que los ordenadores netbooks son una moda pasajera? ¿Cómo englobarían esta 'moda' o 'novedad' en el mercado Español? ¿Creen que se ha contagiado de esta euforia consumista por estos productos?

Asus fue la compañía pionera en crear e introducir en 2007 esta nueva categoría de producto, y con el paso de los años hemos observado como este nuevo dispositivo se ha asentado en el mercado, por lo que para nosotros no es considerado como una moda pasajera.

Desde Asus somos conscientes de lo que los netbooks representan a día de hoy en el mercado español: aproximadamente un 25% del total de unidades de PC's vendidas, y cerca de un 33% del total de las ventas de equipos englobados en la categoría de movilidad.

Es un producto que por sus especificaciones no lo consideramos como sustitutorio del PC o portátil tradicional, sino complementario; ya que posee unas características propias que lo convierten en el dispositivo ideal si lo que se busca es mayor movilidad (con lo que esto conlleva: mayor autonomía de la batería, más ligero, etc).

En vistas al futuro, estimamos que las ventas de netbooks se estabilizarán alrededor de los datos actuales y se consolidará así su presencia en nuestro mercado.

¿Es cierto lo que dicen los rumores de que el nuevo ipad de Apple está mermando las ventas de los netbooks?

Hasta el momento no hemos sufrido una disminución de las ventas y/o contracción de la demanda de netbooks debido al lanzamiento de nuevas categorías de producto como puedan ser los Tablet PC.

Desde Asus creemos que son dos tipos de productos compatibles entre sí que pueden convivir en el mercado. Prueba de ello es que en breve lanzaremos al mercado el primer Tablet PC de Asus, sin dejar de dedicar recursos al negocio de los netbooks.

Al final, lo más importante es facilitar al usuario final un amplio abanico de productos para que éste pueda elegir y así poder satisfacer sus expectativas de compra.

