



Felipe Martín

Director General de Gigaset Communications Iberia

Gigaset

“Nuestra intención es para final de año lanzar el SL930, que será el primer teléfono fijo para el hogar con aplicaciones Android incorporadas”

Entrevistamos a Felipe Martín, Director General de Gigaset Communications Iberia, quien nos transmite su inquietud por conseguir en nuestro mercado el liderazgo que ya tiene su compañía en europa. En Gigaset, según sus propias palabras, “no sólo tratamos de llegar a las tiendas y quedarnos ahí, sino que también queremos que estén informados y formados... si el prescriptor está bien formado y conoce el producto nos va a ayudar a que la categoría no vaya cayendo a precios cada vez más bajos, que por desgracia es lo que ahora ocurre en estos mercados de crisis”.

Una compañía como Gigaset, líder en Europa en telefonía, ¿qué magnitudes y estructura tiene en España?

Gigaset es una multinacional con presencia en más de 70 países y más de 1.200 empleados. Tenemos fábrica propia en Alemania.

En España actualmente somos un equipo de 14 personas y 2 en Portugal, además de una red comercial externalizada. Todos los servicios generales, como los servicios técnicos y de atención al cliente, están centralizados.

De su amplia gama de productos, ¿qué destacaría?, ¿qué producto es líder de ventas en España?

Somos líderes de ventas, en España, en la gama media y alta de nuestra categoría. Continuamos innovando continuamente. Me gustaría destacar el teléfono táctil SL910, fue el primero que salió al mercado y también el último modelo de gama alta que hemos lanzado, el S820, un teléfono híbrido que se puede usar de manera tradicional con las teclas, o táctil. Y, por supuesto, contamos con un amplio portfolio de gama básica, donde “peleamos” con todos.

¿Cómo acepta el consumidor español sus productos? ¿Cómo se fideliza un cliente?

Gigaset es sinónimo de producto de calidad, destacando siempre por la tecnología y fabricación “made in Germany”. Frente a otros competidores, destacamos por tener un producto de innovación tecnológica, de calidad y diseño reconocidos.

Su empresa tiene dos áreas de negocio, por una parte la del usuario final y por otra la división de PYMES, que aportan soluciones profesionales, ¿qué área de negocio da más beneficio a las empresas?

Ahora mismo estamos inmersos en lanzar la gama profesional, con lo cual, si hablamos en términos de beneficio todavía somos una empresa de consumo.

En la parte profesional estamos desarrollando el canal. Tenemos un programa de certificación para trabajar en el segmento profesional, tanto a nivel de mayorista, de distribuidores, de instaladores, y de operadores.

Gigaset es una empresa comprometida con el medio ambiente, ¿qué se está realizando para ser más eficientes energéticamente?

Contamos con el sello “Green Home”, lo que significa que todos los materiales están testados y probados para tener el menor consumo energético. Gracias a la función Eco Mode Plus cualquier de nuestros terminales, en modo



FOTO: GIGASET A130

“Queremos que el mercado sepa que Gigaset no sólo es retail, que también hay una parte profesional que es Gigaset Pro”

de espera, no consume nada. En cuanto a materiales, todos pasan sus controles de calidad en Alemania y todos nuestros productos son respetuosos con el medioambiente.

¿Qué aceptación está teniendo el producto Gigaset en la distribución de electrodomésticos -tanto vertical como horizontal-, ¿quién tiene mejor comportamiento, las cadenas tradicionales de electrodomésticos o los verticalistas ?

Estamos presentes en todos los canales, diría que estamos en todas las enseñas.

A nivel de aceptación, históricamente nuestro canal principal por reconocimiento de marca, ha sido en multiespecialista. Pero nuestro objetivo es ser líder en España, como ya lo somos en Europa.

Actualmente se están produciendo muchos cambios, cada vez que se hace una fusión hay más oportunidad de estar presente, ya que al final se llega a alguien que abarca más tiendas. Y a la vez intentamos llegar al punto de venta pequeño. En la medida de lo posible, cuando nos lo podemos permitir económicamente, formarles e informarles del producto y así enfocar la categoría hacia un precio medio mayor. Queremos que sea un negocio para la distribución, que realmente no sea mover cajitas “superbaratas”. Nosotros somos capaces de aportar tecnología, de traer productos de calidad y de alcanzar un segmento de valor un poquito más alto.

Últimamente han impartido cursos de formación y certificación de Gigaset Pro, para los Partner, ¿por qué han tomado esta decisión?

Contamos con un programa de partners en Gigaset Pro, además de un programa de formación en retail, que se llama Gigaset Campus.

Nuestra obligación en este mercado es ser los líderes que ya somos en Europa, por lo que tratamos no sólo llegar a las tiendas y quedarnos ahí, sino que también estén informados y formados. En el último año hemos formado a más de 1000 personas, entre online y presencial, vendedores en el mercado de consumo. Si el prescriptor está bien formado y conoce el producto nos va a ayudar a que la categoría no vaya cayendo a precios cada vez más bajos, que por desgracia es lo que ahora ocurre en estos mercados de crisis.

¿Considera que la distribución de electrodomésticos tiene una formación adecuada?

Estamos haciendo todo lo que está en nuestra mano para conseguirlo. De hecho el programa Gigaset Campus sigue vivo, para que no sea una herramienta que se aplicó en un momento dado y ya. Estamos intentando que todo el mundo se recicle y que el canal esté lo más formado posible.

En la feria Melco, ¿que está presentando nuevo Gigaset?

El concepto de Melco es muy interesante, ya que te da la oportunidad de reunirte con todo el mundo, gente que tienes lejos y no ves frecuentemente. Ahora queremos que el mercado sepa que Gigaset no sólo es retail, que también hay una parte profesional que es Gigaset Pro. Las novedades que tenemos ahora, en esta época de verano, son terminales sencillos, fáciles de usar, a un gran precio y en distintos colores. Pero, básicamente, lo que venimos a enseñar en la Feria es nuestra fortaleza de siempre, y sobre todo comunicar que Gigaset no se está quedando sólo en una marca de telefonía y consumo, sino que va más allá, a ese segmento profesional IP, mucho más tecnológico, con otras necesidades.

Con referencia a Gigaset Pro, ¿qué puede comentarnos?

Aquí en España llevamos prácticamente un año y medio lanzando el negocio de Gigaset Pro. Dentro de lo que es el canal tradicional, nos salimos un poco del mercado de consumo, del mercado retailer, y nos dirigimos al canal especializado, a aquel distribuidor que va a vender soluciones de telefonía a las empresas y con un perfil más profesional.

En este sentido, ¿este tipo de aparatos se vendería en una tienda tradicional de electrodomésticos?

No, no va enfocado ahí. Nuestro producto nació pensando en el mundo empresarial. Nos centramos en el entorno IP, y ahora mismo es el mercado profesional quien lo está demandando. Algo que probablemente también se instalará en los hogares en el futuro.

Por último, ¿vamos a conocer algún lanzamiento de aquí a final de año que tenga previsto hacer Gigaset?

Sacaremos algunas referencias más en la gama básica, con colores, y ampliaremos alguna prestación. Esto será durante este verano.

Y nuestra intención es para final de año lanzar el SL930, que será el primer teléfono



FOTO: GIGASET S820

fijo para el hogar con aplicaciones Android incorporadas.

¿Le gustaría añadir algo más sobre su compañía y estrategias?

Gigaset continúa innovando en las comunicaciones del hogar y profesional.

Por ejemplo ya se ha lanzado en Alemania y se ha presentado en MedPi, en Mónaco, una nueva categoría de productos que se llama Gigaset Elements. Se trata de una categoría nueva que se basa en una caja “plug&play”, con la que el usuario no necesita ni registrarse con un operador, ni pagar una cuota fija. Este producto está basado en la tecnología dect, y sirve para dar soluciones en el hogar en los campos de seguridad, vigilancia de personas mayores, y otras muchas aplicaciones, personalizables.

A nivel de Gigaset Iberia, estamos contentos con el trabajo que estamos haciendo. Actualmente somos una empresa totalmente enfocada a las ventas, a cuidar la distribución, a intentar hacer las cosas bien y los resultados están viniendo. Desde hace año y medio tenemos consolidada la segunda posición en el mercado español, y cada vez creciendo más, con negocios nuevos, con expectativas de futuro.

La sensación que yo tengo es positiva. Gigaset está haciendo las cosas bien. Lo interesante es que seguimos innovando, intentando encontrar productos nuevos, y así suplir la caída de la telefonía tradicional. Hay que seguir innovando y creciendo. Mi sensación es que estamos trabajando para ser una compañía más grande.



FOTO: GIGASET SL910