



Paloma Sánchez-Cano

Directora de Marketing de Daikin España, S.A.



“El objetivo es ofrecer una experiencia de usuario diferencial y adelantarnos a las nuevas tendencias de mercado, que es cada vez más online...”

Hemos tenido la oportunidad de entrevistar en Protiendas a Paloma Sánchez Cano, Directora de Marketing de Daikin España, quién nos destaca las estrategias que está siguiendo su compañía y las características más destacadas de las enseñanzas que representa. Con respecto a los cambios que se han producido en el mercado, afirma que “somos conscientes de que nos movemos en un mercado más online e hiperconectado y nosotros y nuestros productos están evolucionando paralelamente a esa nueva realidad...”. Conozcamos más detalles a continuación.

Desde que se fundara, hasta su desarrollo actual, ¿podría comentarnos los principales logros de su empresa?, ¿qué magnitudes tiene Daikin en nuestro país?

Daikin comenzó a operar en España hace más de 30 años y, en este tiempo, hemos pasado de ser una empresa especializada en equipos de aire acondicionado a convertirnos en un proveedor global de soluciones integrales de climatización. Esta estrategia nos ha permitido mantener una posición de liderazgo en el ámbito del Aire Acondicionado y, además, ha hecho posible que nos podamos posicionar con éxito y con una amplia oferta en otros sectores como el de la Calefacción, la Refrigeración y los Sistemas Hidrónicos (enfriadoras, climatizadores y fan coils). En conclusión, la firma ha sabido evolucionar y adaptarse a las necesidades de todo el mercado, tanto doméstico, semi-industrial como industrial.

El resultado es que hoy ofrecemos una amplia cobertura de soluciones y servicios en todo el territorio nacional, a través de ocho delegaciones, y Daikin España se ha convertido en una de las filiales de ventas más importantes de la firma japonesa.

Daikin está dividida en tres áreas del mercado: la doméstica, la comercial y la industrial, ¿podría resumirnos el peso específico que tiene cada una de ellas para su empresa?

Daikin tiene una fuerte presencia en cada uno de los segmentos de mercado a los que dirige su oferta: Aire Acondicionado, Calefacción, Refrigeración como de Sistemas Hidrónicos, sin olvidar la creciente importancia adquirida por los Sistemas de Control.

Pero nuestra expansión y afianzamiento no queda ahí. Además de contar con un producto diferenciado y competitivo, en estos momentos estamos haciendo especial foco en dos ámbitos bien definidos: el mercado de reposición y el rendimiento estacional (eficiencia energética).



Considerando las diferencias de los consumidores en estos últimos años, ¿deben prescribirse ahora sus productos de forma diferente?

El nuevo cliente demanda soluciones más tecnológicas, inteligentes, de fácil manejo, y que aporten ahorro y confort. Por ello, en Daikin hemos evolucionado para adaptarnos a estos nuevos requerimientos. Por mencionar algunos ejemplos, hemos adecuado nuestra página web para su visualización a través de smartphones, para simplificar y agilizar la consulta de nuestros contenidos online en cualquier momento y lugar, y ofrecer a los usuarios una navegación más rápida e intuitiva a través de un menú sencillo y con una estética dinámica y funcional.

También estamos presentes en redes sociales (como Facebook y Twitter), lo que multiplica nuestros canales de comunicación y contacto con los clientes. De esta forma, los clientes pueden conocer en un sólo click información sobre la empresa, nuestras últimas novedades o consultar dudas.

Somos conscientes de que nos movemos en un mercado más online e hiperconectado y nosotros, y nuestros productos, están evolucionando paralelamente a esa nueva realidad. En la actualidad, contamos con una amplia gama de sistemas de control para la supervisión y manejo de los sistemas de climatización en cualquier momento y lugar, simplemente con conexión a Internet y un smartphone o tablet. También disponemos de equipos de climatización, que vienen con tecnología WIFI incorporada de serie para un mejor control, como las nuevas unidades Daikin Emura.

En definitiva, el objetivo es ofrecer una experiencia de usuario diferencial y adelantarnos a las nuevas tendencias de mercado, que es cada vez más online.

Muy relacionado con el ámbito online, el nuevo perfil de cliente, la fiebre del e-commerce, estamos percibiendo que cada vez hay más personas que se aventuran a adquirir equipos de aire acondicionado a través de plataformas de venta online. Se trata de una tendencia que aparentemente puede ser atractiva, pero puede derivar a veces en problemas. En Daikin estamos percibiendo que, en muchas ocasiones, la instalación de los equipos se realiza por parte de personas no especializadas en esta materia o por profesionales sin formación en una determinada marca, lo que puede derivar en averías. Por eso, como firma de confianza y prestigio en el sector, recomendamos contar con profesionales del clima a la hora de asesorarse, adquirir o instalar un equipo de climatización, ya que se trata de



un bien duradero y en el que el usuario realiza una inversión importante.

¿Cree que la distribución prescribe adecuadamente los productos? ¿Qué se está haciendo desde Daikin en este sentido?

Ofrecemos al canal de distribución información sencilla, actualizada y accesible en diversos formatos (online y papel). Los profesionales tienen a su disposición catálogos comerciales con información cuidada y detallada, por áreas de negocio y gamas de producto, además de diversos materiales de apoyo en el punto de venta, presentaciones de producto, promociones y formaciones específicas.

Todo ello, con la idea de mantener un contacto muy cercano con las tiendas, con los comerciales, ayudarles en su día a día y

dotarles de las herramientas necesarias para sacar el máximo provecho a nuestra gama de soluciones de climatización.

Un tema clave, y una asignatura pendiente en muchos fabricantes, es lo relacionado con los servicios de asistencia técnica, la garantía y la reposición, en este sentido ¿cómo está cubierto Daikin?, ¿qué soluciones aporta?

Nuestro Servicio de Asistencia Técnica (S.A.T.) es uno de los grandes valores diferenciales de nuestra empresa. Contamos con un equipo de profesionales dedicados en exclusiva a dar soporte a las incidencias que puedan surgir en los sistemas de climatización de la firma, instalados en toda España, desde aplicaciones de uso residencial hasta industrial. Se encargan de asesorar al usuario final a la hora de adquirir cualquier accesorio o recambio original que precisen los equipos. Igualmente, dan soporte al canal profesional.





“Desde sus inicios, la compañía ha apostado por diseñar y fabricar equipos que consuman menos energía y que sean más respetuosos con el entorno. Para nosotros, el ahorro energético siempre es una máxima...”

Daikin es una empresa comprometida con el Medio Ambiente, ¿por qué sus productos son más eficientes energéticamente hablando?

Desde sus inicios, la compañía ha apostado por diseñar y fabricar equipos que consuman menos energía y que sean más respetuosos con el entorno. Para nosotros, el ahorro energético siempre es una máxima, pero si cabe, en momentos como el actual, en el que el precio de la energía eléctrica se está incrementando progresivamente, parece indispensable. Por ello, desarrollamos equipos de la más alta eficiencia energética (A+++)

Nos referimos a sensores inteligentes de doble función que no sólo activan el modo ahorro de energía automáticamente cuando no hay nadie en la estancia, sino que también desvían el flujo de aire para que no incida sobre las personas, mejorando la sensación de confort y, por tanto, reduciendo el consumo.

También a sistemas domóticos y de control que permiten una gestión inteligente de los equipos de climatización aportando un mayor confort, seguridad, y permitiendo un uso más eficiente de la energía. Un ejemplo, es el sistema Online Controller que supervisa fácilmente el funcionamiento de las unidades interiores de climatización de la gama doméstico, que estén instaladas en viviendas, oficinas o pequeños comercios. Simplemente con una conexión a Internet (Wi-Fi) y un smartphone, un portátil, un PC, o una tablet el usuario puede manejar las unidades a través de una interfaz muy sencilla e intuitiva.

¿Qué principales estrategias de marketing y de promoción se están siguiendo desde Daikin para fomentar las ventas?

A lo largo del año desarrollamos distintas promociones y campañas dirigidas al usuario final para ayudar también así al punto de venta, que han recibido bastante buena acogida.

Por ejemplo, una de las promociones más exitosas es la campaña “Renuévate con Daikin” mediante la que ofrecemos una ayuda económica a los clientes que sustituyan sus antiguos equipos de climatización o adquieran uno de los modelos Daikin incluidos en dicha promoción. Se trata de una campaña que hacemos en dos momentos distintos del año, una en primavera y otra en otoño, coincidiendo con las campañas de aire acondicionado y bomba de calor.

Se trata de promociones directas en las que es muy sencillo participar y beneficiarse de una ayuda económica en la compra, simplemente hay que cumplimentar un sencillo formulario que incluimos en nuestra web y adjuntar la factura de compra.

¿Nos sorprenderá su compañía próximamente con algún lanzamiento o tecnología?

Entre las novedades que Daikin presentará este año cabe destacar la nueva generación de Daikin Emura, un sistema de climatización que aúna la tecnología más avanzada y una elevada eficiencia energética. Se trata de un equipo que incorpora funcionalidades que reducen considerablemente el consumo de energía en comparación con otros sistemas tradicionales de climatización. Incorpora control WIFI, sensor inteligente de doble función, un sistema de flujo de aire tridimensional para una distribución del aire más uniforme y filtros fotocatalíticos purificadores de aire. Además, esta unidad llama la atención por su diseño. Es una unidad muy estilizada y de líneas curvas, que se adapta a la decoración de cualquier espacio interior moderno.

En conjunto, el Servicio de Asistencia Técnica de Daikin tiene el objetivo de aportar soluciones de valor a los clientes con el fin de asegurar el correcto funcionamiento de los equipos e instalaciones, en las mejores condiciones de rendimiento energético.



Mini Classic, la nueva línea de Russell Hobbs

Innovación, estilo y diseño en la cocina

Mini Classic, es una línea elegante y original de Russell Hobbs. En ella se aúnan las prestaciones y tecnologías propias de la marca con uno de los estilos más inconfundibles e icónicos del mundo del motor.

Una colección compuesta por un hervidor, una tostadora y una cafetera desarrollada en honor al diseño británico, gracias a la colaboración entre dos marcas que fusionan la elegancia con el estilo clásico, para darle a tu cocina un “toque emblemático”.

La gama Mini Classic es el mejor ejemplo de la fusión entre estilo e innovación de alto nivel. El acero inoxidable se vuelve elegante y moderno con las clásicas rayas del Mini, consiguiendo 3 herramientas de cocina para los amantes de los desayunos con clase.

Una gama ideal también para regalo, ofreciendo con ella no sólo una eficiente pieza de cocina, sino un verdadero objeto de deseo.



GAMA Mini de Russell Hobbs

HERVIDOR MINI - 19880-70



- Hervidor de acero inoxidable
- En colaboración con Mini
- Capacidad de 1,7 l
- Luz indicadora de encendido
- Base de 360°
- Resistencia oculta

- Recoge cable
- Filtro de agua extraíble y lavable
- Protección contra hervido en seco
- Apagado automático
- Indicador del nivel de agua
- 2.200 W

TOSTADORA MINI - 19890-56



- Tostadora de acero inoxidable
- En colaboración con Mini
- Regulador ajustable del nivel de tueste
- Soporte caliente panecillos
- Ranuras extra-largas
- Guías para centrar el pan

- Sistema de extra-elevación
- Función de descongelado y cancelación
- Bandeja recogemigas extraíble
- Recoge cable integrado
- Pies antideslizantes

CAFETERA MINI - 19900.56



- Cafetera de acero inoxidable en colaboración con Mini
- Depósito de agua con capacidad para 1,8 l
- Jarra con capacidad para 12 tazas
- Luz LED indicadora de encendido
- Función anti-goteo

- Indicador del nivel de agua
- Soporte de filtro lavable
- Placa calefactora
- Jarra de cristal con tapa
- 1.000 W