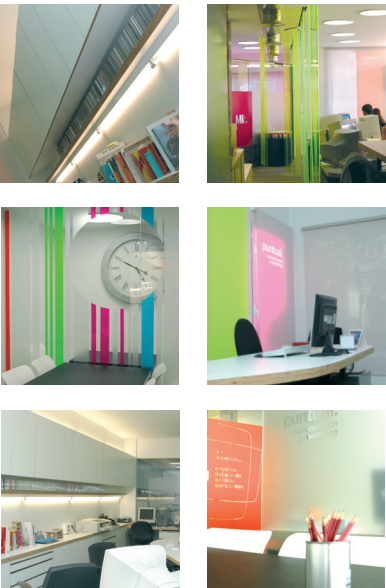




# Contar los éxitos

Es conocida una anécdota atribuida a Luis Miguel Dominguín: en el cenit de su apogeo como torero se levantó del lecho, a medianoche, abandonando a una conocida actriz, quien interpeló al donjuán “a dónde vas a estas horas”, respondiendo el matador “a contarlo”; obviamente deseaba presumir de su capacidad cautivadora.

Algunos teóricos asimilan la comunicación empresarial al concepto “la casa de cristal”, donde todos los asuntos y elementos de interés son visibles para proveedores –incluidos los financieros-, clientes y público interesado. Si permitir esta “visibilidad” desde el exterior es conveniente en cualquier momento -salvando las lógicas precauciones, obviamente- aún es más aconsejable en tiempos de una economía convulsa, donde “sacar el cuello” por encima de los competidores es esencial para ser visto y ponderado.

Viejos sistemas de información empresarial tales como memorias, anuarios, informativos “news”..., que hoy día pueden ser complementados actualizando las páginas webs, son esenciales para acrecentar la notoriedad y credibilidad de la empresa.

Un plan de comunicación y un plan de marketing estratégico, adaptado a las necesidades de cada empresa, requiere de la intervención de expertos: por un lado, de periodistas para que la información sea hábilmente tratada, y, de otro, de especialistas en mk y de diseñadores que presenten la comunicación de forma atractiva.

La empresa tiene la obligación, y ahora la necesidad, de desarrollar permanentemente una fase de “explotación del éxito”, informando de su buen hacer, de cómo cumple con su responsabilidad social y de sus proyectos de futuro. Es imprescindible, hoy más, destacar para sobrevivir.

Desde Puntual Mk Comunicación podemos, modesta y profesionalmente, ayudar en este objetivo.

## SUMARIO

**CAMPAÑA ELECTORAL**  
Farmacéutica  
Hefame

**CAMPAÑA EN OFICINAS CAM**  
Mediterranean

**ESTRATEGIA MARKETING**  
Ideal Garden







terra silvae

## CAMPAÑA MARKETING DIRECTO TERRA SILVAE

**Cliente:** Tecnomiver

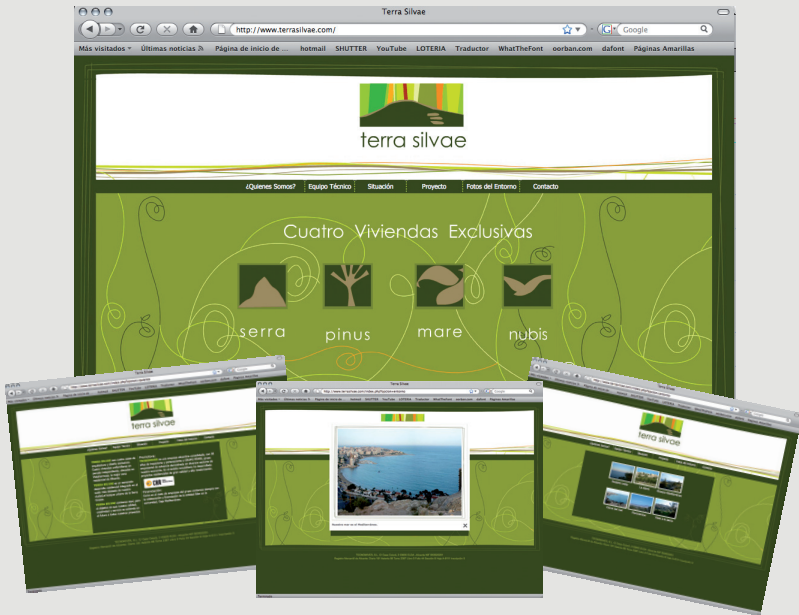
Puntual desarrolla toda la imagen corporativa y los elementos de comunicación para la captación de potenciales compradores para una urbanización de 4 chalets de alto standing ubicados en la Serra Grossa. Decidimos llegar al público objetivo mediante una campaña de marketing directo apoyada en su web. Seleccionamos las bases de datos acordes al posicionamiento del producto y diseñamos todas las piezas con el fin de transmitir imagen de lujo.

**Sector:** Inmobiliario

**Piezas:** naming, imagen corporativa, web, valla publicitaria, folletos, selección de bases de datos y elementos corporativos.

**Contacto cliente:** Manuel López y Aitana Tolón

**Diseño:** Eva Vidal



## CAMPAÑA PROMOCIONAL NAVIDAD C. COMERCIAL TORRE GOLF

**Cliente:** 21 Establecimientos comerciales

Creamos una campaña para potenciar las ventas de los establecimientos comerciales en temporada navideña. Realizamos un buzono selectivo en las zonas de influencia mediante un talonario con cupones promocionales de cada establecimiento y potenciamos la acción con publicidad en los puntos de venta.

**Sector:** Venta al por menor

**Piezas:** talonario, cupones, carteles, carta reyes magos y expositores.

**Contacto cliente:** Manuel López y Marta Latorre

**Diseño:** Ana Gil



## ESTRATEGIA DE MARKETING IDEAL GARDEN

**Cliente:** Catral Export

Nuevo posicionamiento del producto Césped Artificial de la marca Ideal Garden. Todas las marcas del sector se posicionan como alternativa al césped natural. El nuevo posicionamiento consiste en "El césped artificial de Ideal Garden alternativa a los pavimentos".

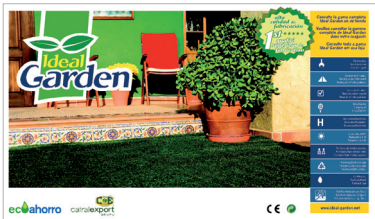
Este cambio de posicionamiento se refleja en las piezas que se han elaborado, cambiando el anuncio corporativo y usando un PLV similar al de los pavimentos tradicionales.

**Sector:** Industrial

**Piezas:** maletín – catálogo de muestras, tríptico informativo, PLV varios, anuncios gráficos, catálogo informativo.

**Contacto cliente:** Leticia Jordá y Thierry Dutel

**Diseño:** Ana Gil y Eva Vidal









# Marketing y Felicidad

*Desde que la filosofía existe, desde la Antigua Grecia hasta nuestros tiempos, la búsqueda de la definición de la felicidad ha sido uno de los principales temas de reflexión. Pero aun hoy, nadie ha conseguido una definición perfecta y aun menos una cuantificación de lo que es la Felicidad.*

No obstante, varios filósofos han llegado a la misma conclusión: sea Epicuro o Marco Aurelio, sea Kant o Voltaire, todos llegaron a **diferenciar las alegrías de la Felicidad**. Las alegrías son momentos, son efímeras pero no dan la Felicidad. Aunque indispensables, las alegrías tienen que acompañarse de nostalgia y esperanzas para que uno/a se sienta feliz.

**¿Y qué tiene que ver el marketing con todo eso?** Los momentos de bonanza económica o de crisis, no dejan de ser momentos de alegría o de tristeza. Una empresa, su solidez y estabilidad no deben de tener un objetivo a corto plazo (unas ventas rápidas aprovechando unas circunstancias son meras alegrías) sino un proyecto a largo plazo. Y eso es: MARKETING.

Una buena definición de los **valores de la empresa**, su posicionamiento, su filosofía y su estrategia a medio y largo plazo con relación al mercado, sus proveedores, sus equipos, **son las claves de su futuro**. Y si además, de vez en cuando, uno/a se gira y ve el camino realizado, las evoluciones y el respeto de la filosofía inicial, sonríe y se alegra. Actualmente estamos en un punto bajo del “inevitable ciclo económico” y unos empresarios recortan sus inversiones en marketing “para ahorrar gastos fijos”. Un error que con el tiempo podría poner en entredicho su negocio. Desde aquí animamos a todos los directivos a **invertir e involucrarse en el marketing de su negocio**, sea de manera interna o con ayuda del outsourcing.

En Puntual, somos **especialistas en marketing**. O mejor dicho: **en trabajar para la felicidad** de las empresas que nos contratan.

**PD:** quizás se deba reescribir el “Kottler” que, lamentablemente, se sustenta exclusivamente en datos, números y lógica de cifras. Y una caricatura de ese marketing del siglo XX, con pocos valores humanos, puede que tenga algo que ver con la crisis financiera del 2008.....

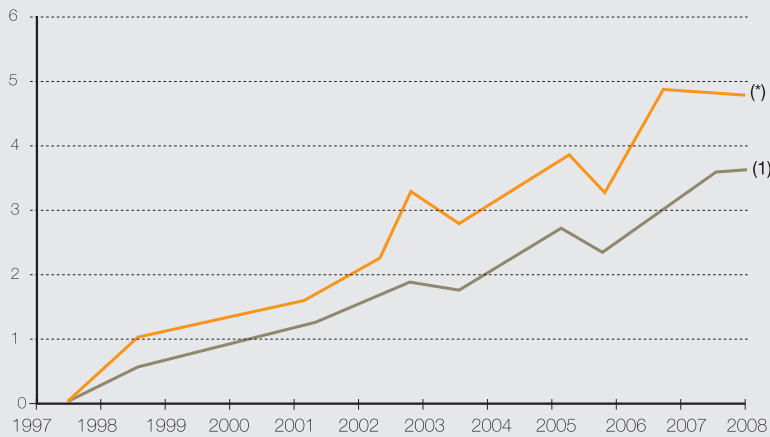
## Unas referencias:

- Tal Ben-Shahar: el Catedrático de más éxito en Harvard, Doctor en Psicología y Filosofía. Enseña la “Psicología Positiva” en Harvard (EEUU) y Herzilia (Israel). Un libro suyo editado en 2007: “El aprendizaje de la Felicidad”.

- [www.indicedebonheur/votre-irb.htm.com](http://www.indicedebonheur/votre-irb.htm.com): una web para “medir” la felicidad (en francés).

## “Contar los éxitos”...Puntual cuenta su evolución 1997/2008

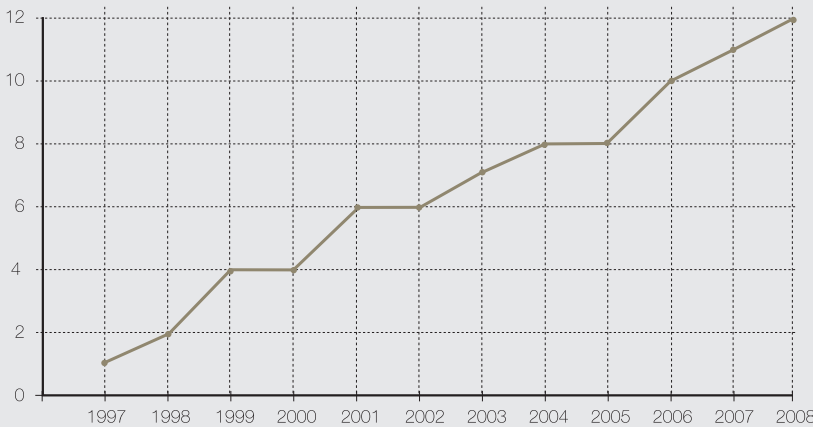
### EVOLUCIÓN FACTURACIÓN 1997 / 2008



(\*) Facturación sin inversiones en medios

(1) Facturación sin producción ni medios

### EVOLUCIÓN DEL PERSONAL EN PLANTILLA



### FORMACIÓN EQUIPO

- 1 Ingeniero Superior
- 1 Master Marketing
- 1 Diplomado en Empresariales
- 4 Técnicos Superiores en Diseño Gráfico
- 1 Administración
- 1 Licenciado en Sociología / Publicidad y Mk
- 3 Licenciados en Publicidad



HOY: 1/3 hombres y 2/3 mujeres  
EDAD MEDIA: 31,8 años  
ANTIGÜEDAD MEDIA: 4,5 años

puntual.

**puntual.**  
comunicación  
y marketing

Avda. de la Estación, 16  
1º dcha 03005 Alicante  
Tel.: 965 21 11 25  
Fax 965 20 63 58  
[www.puntual.com](http://www.puntual.com)  
[puntual@puntual.com](mailto:puntual@puntual.com)