Puntual marketing & comunicación

BOLETÍN INFORMATIVO abril /05

MARKETING: ¿DE QUÉ HABLAMOS?

Durante los años '90 el "marketing" (o entonces escrito "márketing" con acento) se puso de moda. Esta nueva profesión, este nuevo departamento se desarrolló muy rápido ... y entonces empezaron algunos problemas.

A menudo, el "recién" jefe de marketing no tenía la preparación adecuada (hoy sí que hay carreras universitarias específicas) y adoptaba un papel erróneo. Dependiendo casi siempre del director comercial y a veces hasta del jefe de ventas, el jefe de marketing estaba limitado a "producir" herramientas de apoyo a la venta, con objetivos a corto plazo. Este papel le era más tranquilizador, puesto que su trabajo se justificaba gracias al manejo de importantes presupuestos de producción (imprentas, stands, etc...) y de resultados "visibles". En unos casos, entre feria y feria, "al tener tiempo libre", hasta hacia labor de ventas....

Hoy las cosas han cambiado sustancialmente. El departamento de marketing es cada vez más un contrapeso con objetivos a medio-largo plazo, frente al departamento comercial con objetivos a corto plazo, y sin dependencia jerárquica.

Y es en ese punto donde nos preguntamos: ¿de qué marketing hablamos? Hoy se establecen sistemas de seguimiento de la evolución de los mercados, gracias a la informática se multiplican las estadísticas y los informes, y a veces el marketing se está convirtiendo en una ciencia abstracta que muchas veces sirve para justificar resultados comerciales a posteriori...¡en lugar de estimar potenciales futuros! ¿De qué marketing hablamos? En Puntual nos gusta la frase inglesa "To market a product" (= "marketear un producto, o un servicio"). Esta frase, imposible de traducir textualmente, expresa muy bien el significado del marketing moderno: de manera independiente, el marketing ha de estudiar el mercado, proponer productos nuevos y evaluar sus potenciales ventas, estimar la rentabilidad, preparar las herramientas de promoción y de seguimiento de las ventas. En una palabra: involucrarse en todas las etapas del proceso.

En Puntual creemos en este marketing. Y nuestro servicio consiste también en ser parte del equipo de marketing de las empresas , aportando nuestra experiencia, nuestros conocimientos, nuestros recursos flexibles y nuestra dedicación total para "marketear" sus productos.

Avda. de la Estación, 16 - 1º Dcha. 03005 Alicante - ESPAÑA T 965 21 11 25 F 965 20 63 58 www.puntual.com puntual@puntual.com

PUBLICACIÓN

"GUÍA PARA EVITAR AMORES QUE MATAN" EDITADA POR EL CONSEJO DE JUVENTUD

El Consejo de la Juventud del Ayuntamiento de Alicante ha editado 5.000 guías cuya temática central es prevenir la violencia de género entre los jóvenes. Con un formato especial de dos portadas, una dirigida a chicas y otra a chicos, cuenta además con una serie de casos prácticos con los que se pretende que se reflexione sobre esta problemática actual.

Guía

Cliente: Consejo de la Juventud. Ayuntamiento de Alicante
Sector: Institución
Trabajo: Diseño y maquetación de la "Guía malos tratos" compuesta por 84 páginas

Ficha técnica
Contacto cliente: Gema Martínez
Diseño: Daniel Paredes
Coordinación: Gema Martínez
Maquetación A/F e ilustraciones: Daniel Paredes
Textos: Consejo de la Juventud
Producción: Puntual

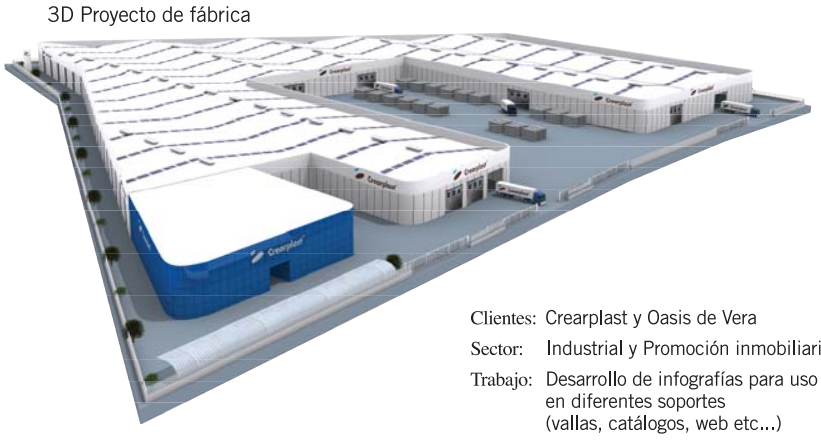
DIPUTACIÓN DE ALICANTE

3D - INFOGRAFÍAS

INFOGRAFÍAS: UNA HERRAMIENTA QUE FACILITA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS... Y AYUDA A MEJORARLOS!!!

EJEMPLOS DE INFOGRAFÍAS:
- Presentación de un nuevo proyecto industrial / Crearplast
- Presentación de un nuevo producto / Crearplast
- Presentación del proyecto de una urbanización / Soto Vera

3D Proyecto de fábrica



Clientes: Crearplast y Oasis de Vera
Sector: Industrial y Promoción inmobiliaria
Trabajo: Desarrollo de infografías para uso en diferentes soportes (vallas, catálogos, web etc...)

3D Pieza industrial
Intrucciones de uso virtuales

3D Urbanización

CAMPAÑA

IBERMUTUAMUR CUMPLE 70 AÑOS EN ALICANTE

Como conmemoración del 70 aniversario de Ibermutuamur en la provincia de Alicante se han desarrollado una serie de actividades dirigidas por un lado a los mutualistas y empresas colaboradoras y por otro al público en general.

El acto principal de este aniversario fue la exposición fotográfica compuesta por 89 paneles que explican la trayectoria de la Mutua durante estos setenta años.

Puntual ha participado en la coordinación y diseño de los paneles de la exposición así como el desarrollo de todas las piezas comunicativas para el evento (papelería, invitaciones, lonas, programas de mano...)

Cliente: Ibermutuamur
Sector: Mutua
Trabajo: Diseño y coordinación para los eventos de conmemoración del aniversario.

Ficha Técnica
Contacto cliente: David Muñoz
Diseño y maquetación: Daniel Paredes
Coordinación: David Muñoz
Producción: Puntual

ibermutuamur

Invitación

Folleto

Exposición 70 Aniversario

OTIS: COMUNICACIÓN INTERNA

"1 EN SERVICIO": ADAPTACIÓN PARA OTIS ESPAÑA DE LA CAMPAÑA A ESCALA MUNDIAL DE OTIS ELEVATOR Co."

El Departamento de Marketing del grupo OTIS ha elegido "El Servicio" como su principal eje de comunicación a nivel mundial. Paralelamente a la implantación de este mensaje en toda su comunicación con clientes, OTIS está desarrollando una campaña de sensibilización interna (más de 4.000 empleados) sobre el mismo tema. Puntual ha sido encargado de desarrollar la piezas necesarias para esta campaña.

Cliente: OTIS - Comunicación Interna
Sector: Industria
Trabajo: Desarrollo de soportes de comunicación. Diseño y maquetación de carpetas, folletos, carteles. Grabación y edición de un vídeo. Producción de imprenta y copias en DVD.

Ficha Técnica
Contacto cliente: David Muñoz
Diseño: Eva Vidal
Coordinación: David Muñoz
Textos: OTIS
Producción: Puntual
Productora vídeo: Index Producciones

Díptico

Adhesivo

Carpeta

Cartel

Tarjeta respuesta de juego

Tarjeta de visita

Cubierta y CD

FICLAHO

PÁGINA WEB TÉCNICO-COMERCIAL

La dificultad de esta página web (www.ficlaho.com) era la imperativa necesidad de precisión y rigor técnico, además del objetivo comercial que imponía su desarrollo en varios idiomas.

Ficha Técnica
Contacto Cliente:
David Muñoz
Thierry Dutel
Diseño:
Dani Paredes
Programación:
Dani Paredes
Coordinación:
David Muñoz

IMAGEN CORPORATIVA

CONSTRUCTORA BLUE DIAMOND (ALICANTE)

Papelería

Cliente: Blue Diamond SL
Sector: Construcción
Trabajo: Logo - papelería

Ficha Técnica
Contacto Cliente:
Thierry Dutel
Diseño / maquetación:
Eva Vidal

INMOBILIARIA OASIS DE VERA PROMOCIONES (ALICANTE)

Papelería

Cliente: Oasis de Vera SL
Sector: Porciones Inmobiliarias
Trabajo: Logo - papelería

Ficha Técnica
Contacto Cliente:
Thierry Dutel
Diseño / maquetación:
Eva Vidal

ANUNCIOS

Prensa diaria, revistas, prensa técnica .... todos los días hemos de crear y diseñar anuncios. Y a veces se resumen en una foto y 3 palabras.

Pero, ¿con qué criterios hemos de trabajar?

El más importante es LLAMAR LA ATENCIÓN DEL LECTOR. Hemos de evitar la tendencia de pasar página sin leer en cuanto percibimos que se trata de un anuncio.

De ahí el segundo punto importante: QUE SEA ATRACTIVO. Es imposible que un anuncio guste a todo el mundo. El diseño y la creatividad deben adaptarse al objetivo que se persigue y al público que va dirigido. El mensaje tiene que LLEGAR.

Y para conseguir esto debemos de SELECCIONAR LA INFORMACIÓN. ¿Cómo? A partir de un BRIEFING bien detallado, con objetivos muy definidos, aclarando la jerarquía de informaciones, y limitando su cantidad. Mentalicémonos: un anuncio no es un catálogo en el que hay que especificarlo todo.

A veces es importante, descubrir y despertar la curiosidad.

Finalizado el anuncio y una vez publicado, es importante su seguimiento, su coordinación con otros elementos de la campaña, la disponibilidad del producto o servicio que ofrecemos, la posibilidad de que el lector pueda ampliar la información, etc. Todo ello, labor del departamento de marketing... pero hemos de estar ahí para recordárselo.

En Puntual, tendremos que asegurarnos que el plan de medios es coherente y efectivo. Respetar las normas de identidad corporativa. Adaptar nuestro diseño al tipo de papel del soporte y no olvidar cumplir con las reglas legales (derechos de fotografías, etc), y éticas (¡!...).

Una campaña en prensa puede resultar muy cara si la agencia no ha valorado todos estos criterios y si no ha sabido convencer a su cliente de respetar estas pautas. Por el contrario, puede resultar efectiva y convertirse en una excelente inversión si hemos tenido en cuenta lo comentado.

¡Todo lo que puede haber detrás de una foto y 3 palabras!

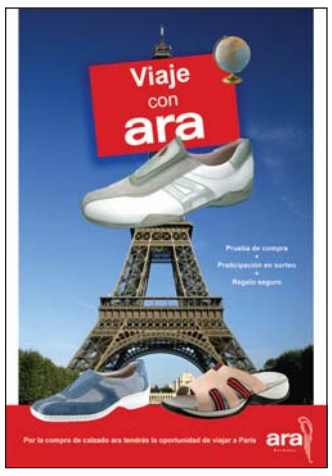
Faldón 3x5 - Periódico

Página A4 - Revista

1/2 Página - Periódico

Doble página A4 - Revista

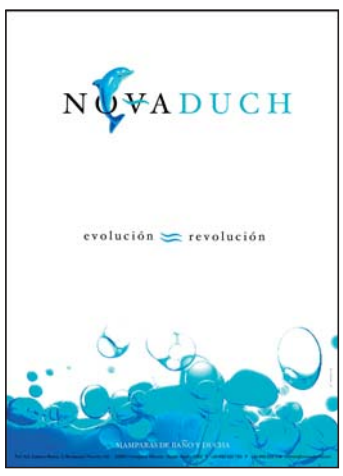
Página A4 - Revista



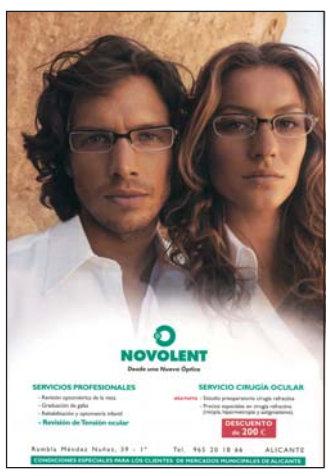
Página A4 - Revista

Página A4 - Revista

Página - Periódico



Página A4 - Revista



Página A4 - Revista

NUEVA DIRECCIÓN

DESDE EL **15/04/2005**

Puntual marketing & comunicación

Avda. de la Estación, 16 - 1º Dcha. 03005 Alicante
T 965 21 11 25 · Fax 965 20 63 58
puntual@puntual.com