

■ **Hero Baby ofrece etiquetas personalizadas**

Ahora, los compradores de la tienda online de Hero que gasten más de 60 euros pueden personalizar las etiquetas de los productos de alimentación infantil con el nombre y la fotografía de sus bebés. Las etiquetas se envían a domicilio en tan sólo unos días.

■ **ZTE impulsa su presencia en redes sociales**

La multinacional china de telecomunicaciones ZTE ha puesto en marcha una estrategia digital para impulsar su presencia las redes sociales. La agencia de comunicación Coonic, que lleva trabajando con ZTE desde el año 2011, se encarga de la acción. Las redes sociales incluidas son las páginas para España de Facebook, Twitter e Instagram.

■ **Carrefour y Publicis vuelven al cole**

Publicis ha desarrollado la campaña de vuelta al cole de Carrefour que consta de diferentes spots que reflejan una visión optimista del momento al que muchas familias se enfrentan en el mes de septiembre. La campaña está en el aire desde el 26 de agosto.

■ **Steve Wozniak en el eShow Madrid**

Steve Wozniak, confundador de Apple y uno de los padres de la revolución de los ordenadores, será la estrella de la decimocuarta edición del eShow, la feria dedicada al comercio electrónico y al marketing digital que se celebrará los días 8 y 9 de octubre en Madrid.

Pujadas cesa como presidente de Ogilvy & Mather España



El cese se ha producido como consecuencia del nuevo organizativo adoptado en la región de EMEA, modelo de la figura del presidente en algunos países, entre ellos España.

Pujadas se incorporó a Ogilvy & Mather en 1982, corresponsable de cuentas, y desde 2005 ha presidido el grupo, fundado por Luis Bassat.

El cese es ya efectivo, aunque Pujadas seguirá colaborando con Ogilvy en asuntos relacionados con la estrategia y nuevos negocios.

Medio kilo de leads y un costillar de community manager

Hace unos años comencé las operaciones de planificación de medios digitales en Nueva York. Mi discurso –tal y como lo hacíamos aquí– se basaba el precio, argumento que en España nos había reportado mucho éxito. Sin embargo, en Estados Unidos provocó que en las dos primeras reuniones los clientes se levantaran y se fueran. Estaba pasando por alto lo que ellos verdaderamente buscaban: valor.

La compra de servicios a granel está ganando peso en el mundo del marketing online. Cada vez son más las empresas que contratan un equipo fijándose tan sólo en el coste, sin tener en cuenta que la calidad ha de ser un factor asociado a un buen precio. Esta suerte de demanda provoca, a su vez, que agencias y proveedores *paqueticen* sus actividades hasta reducirlas a un servicio de mínimos, donde sólo parece contar lo que se ve, el bulto, dejando de lado lo realmente importante.

Si pensamos en marketing de afiliación, nos damos cuenta de que la compra de registros es una actividad en la que se suele prestar más atención al coste por lead que a la obtención de registros de calidad, leads estos últimos que reportarán un mayor rendimiento y que van a favorecer un adecuado crecimiento de la marca.

Por su parte, los servicios de social media se regatean en precio y se pactan unos mínimos con la agencia o proveedor, dejando de lado el valor de la estrategia –que es la carrera de fondo que terminará por redundar en beneficios– y pasando por alto la formación, la experiencia y el valor de la persona que será portavoz de la marca.

Cientes, agencias y anunciantes debemos enfocarnos en el valor, en la calidad a buen precio. El equipo que hay detrás de una estrategia publicitaria no se vende a granel, y eso es algo que tenemos muy presente en Kanli, donde adecuamos los servicios y los precios a las necesidades reales de nuestros clientes.



GONZALO IBÁÑEZ
CEO DE KANLI

Nuevos premios a la experiencia cliente

La recientemente creada Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC) ha convocado la primera edición de los Premios DEC, galardones que reconocerán el trabajo de las empresas que mejor han implantado durante el último año el concepto de experiencia cliente en España. Los premios se dividen en tres categorías distintas, y el jurado podrá conceder además dos reconocimientos especiales. Las bases de la convocatoria se pueden consultar en la web de la asociación, www.asociaciondec.org/premios. Las candidaturas podrán presentarse hasta el 25 de septiembre.

Ikea España, nuevo catálogo y reducción de precios

Coincidiendo con el lanzamiento de su nuevo catálogo, Ikea España ha anunciado una reducción del 2,5% en los precios de más de 400 productos. Desde 1996 la cadena sueca acumula una reducción media de precios del 36%.

La decimonovena edición del catálogo está en los buzones de los hogares españoles desde el 28 de agosto. En total se distribuirán 10 millones de ejemplares en toda España y 217 millones a escala global, cifra que lo convierte en la publicación comercial del mundo.

El lanzamiento está apoyado por una campaña de comunicación creada por McCann, que establece un paralelismo entre el catálogo de situaciones que plantea la vida, y el nuevo catálogo de soluciones que Ikea propone para afrontar de una forma creativa y asequible cada una de esas situaciones.

