

Energy Sistem mantiene su tendencia creciente

Ha facturado un 53 por ciento más en el primer semestre de año con respecto a 2008.



Los buenos resultados conseguidos por la compañía se traducen en un claro optimismo de cara al último cuatrimestre de 2009. "Con seguridad, cerraremos el segundo semestre con un incremento muy superior al logrado en el primero si mantenemos la tendencia actual de crecimiento", comenta Beatriz Jurado, directora de comunicación de Energy Sistem.

EXPECTATIVAS

Para mantener estas cifras, el fabricante tiene sólidas esperanzas en uno de sus nuevos productos, el MP5, "ya que seremos la primera compañía en lanzarlo al mercado y nos reforzará todavía más en esta segunda parte del año", explica Beatriz Jurado. Estos modelos tendrán dos versiones: la económica, con pantalla de 2,4 pulgadas y memoria de 4 y 8 Gb, y la gama alta, que incorpora pantalla de 3,5 pulgadas, TV-out y TDT.

Además, las nuevas colecciones de producto le van a ayudar a incrementar sus ventas, a pesar de la difícil situación eco-



www.esprinet.com



← nómica que frena unas cifras, ya de por sí, más que positivas.

En la actualidad, Energy Sistem cuenta con una amplia gama de modelos notablemente mejorados, tales como reproductores Duo, touchscreen y widescreen, auriculares WiFi, sistemas de ampliación M-EX, video sin conversión, con TDT integrado, etc. Asimismo, la compañía piensa aumentar, a lo largo del semestre, su familia de TDT HDMI y de accesorios, con especial atención en las fundas para MP4.

Otra fuerte apuesta es la familia de discos duros multimedia, con el lanzamiento de modelos con múltiples especificaciones y un amplio reconocimiento de formatos, que incorporarán infinidad de posibilidades de grabación y de alta definición.

Estas novedades se completan con un nuevo reproductor, enfocado a los amantes del deporte, con brazalete y auncular deportivos, o la Familia 30, que evoluciona en un gran modelo de gran ergonomía y transmisor de FM integrado.

UN MUNDO DE VALORES

La lucha por ofrecer siempre algo más que diferencie sus productos con respecto a los de la competencia es una de las señas de identidad de Energy Sistem. "A esto hay que unir servicios online claros y eficientes y, sobre todo, una identidad cor-

porativa y un cuidado diseño, que son muestra de nuestra identidad corporativa y que está presente tanto en los catálogos como en nuestra web, en el packaging de los productos, en su diseño, en el PLV, etc.", precisa la directora de comunicación de la compañía.



¿Qué ofrecer al distribuidor?

"Realizamos muchas y diversas acciones promocionales específicas dentro del canal. Entre ellas, podemos nombrar algunas de las más importantes, como son un catálogo específico con promociones dedicadas al canal mayorista, catálogos en soporte papel cada tres meses que sirven para mantener informado al distribuidor con todas las novedades y precios de referencia, catálogos de imagen dirigidos al consumidor y a visitas comerciales que muestran la máxima presencia en producto y marca, dossieres de presentación de la planificación de marketing anual y que afectan al canal, encartes periódicos para apoyar a la red de mayoristas, promociones ad-hoc y otras acciones que, en todo momento, son transparentes respecto a la política de comercialización y precios.

En definitiva, un importante paquete de acciones 'push and pull' para fomentar la demanda y la oferta de productos Energy Sistem". Beatriz Jurado, directora de comunicación de la compañía.



Beatriz Jurado.

Las nuevas gamas de producto serán claves para aumentar las ventas de Energy Sistem



www.esprinet.com

