electro imagen

Editor
Antonio Olaya
Director
José Mª Olaya
Redacción
Mónica Daluz

Coordinación Publicidad
Nuria Castilla
Departamento Publicidad
Carlos Olaya
Pedro Llorens
Colaboración en Servicios de SAT's
Cinja-Mari Carmen Coin
Colaboración Dto. Diseño Gráfico
Susana Hernádez
Corresponsalías
Italia: «Apparecchi Elettrodomestici»
Consejo Asesor
Coordinador: Agustín Mondragón
En distribución: Federico Aenlle, Gerardo García Puga, Julio Rosa, Manuel Vázquez, Víctor Rodríguez, Ernesto Pereira, Juan Zurita, Arturo Infante, Luís Camacho, Angel Rodríguez, Paco Jurado, J. María Verdeguer, Francesc Miró y Javier Sánchez Ramade
En empresas: Antonio Santamans, Juan Sala, Ricardo Carramiñana, Domingo Jaumandreu, Fernando Gómez Acedo, Franco Gay, Fermín Mendizábal, J. Luis Aguirre, Albert Martí y Antoine de Pracomtal
Redacción, Administración y Publicidad:
Hogarola, S.L.
Pº de la Peira, 23, bajos, Local 10
08031 Barcelona.
Tfo. 93/420.64.07 Fax: 93/420.43.60
E-mail: hogarola@electro-imagen.com
www.electro-imagen.com
Impresión:
Rotocayfo, S.A.
Depósito Legal: B.38.299.19821
ISNN: 1131-5601
Suscripción anual (11 números) 10.900 pts.
Extranjero: 165 $

APP FIPP Miembro de la Asociación de Prensa Profesional y de la Federación Internacional de la Prensa Periódica.

Miembro del Club Casoar

el se distribuye al 100% de la distribución, tiendas, detallistas, mayoristas, sector muebles de cocina y encastrables, empresas, fabricantes y técnicos de fábrica, importadores, delegados representantes componentes y accesorios, instaladores y servicios post-venta y todos los profesionales del sector.

Queda prohibida la reproducción total o parcial, gráfica o escrita, salvo autorización expresa y por escrito.

7/98

Difusión controlada

PUERTA DE ENTRADA

Todos de acuerdo...
... aunque no lo parezca

El fabricante está enviando algunas pistas a sus aliados, los distribuidores, para sacar más partido al producto que colocan en el mercado; hablan, incluso, de que la distribución tiene en sus manos un revulsivo para el consumo: el formato 16x9. Se apela a la formación del prescriptor, a que posea amplios conocimientos técnicos del producto para promocionarlo con más y mejores argumentos.

Desde la distribución se aceptan de buen grado esas recomendaciones y existe plena conciencia de la necesidad de una buena formación.

Pero la distribución también hace algunas recomendaciones al fabricante y que son la clave para estimular el consumo. El fabricante debe crear la necesidad, y hasta la ansiedad, en el consumidor para que renueve sus aparatos electrodomésticos.

Todas las partes desean el despegue del consumo, pero la responsabilidad es de todos: el sector debe dejar a un lado el responsabilizar a la otra parte de no hacer lo suficiente. Resulta evidente la necesidad de formación, reciclar al vendedor al unísono con el avance tecnológico, pero si el fabricante, con toda su capacidad de innovación, con sus espectaculares inversiones en investigación y desarrollo, en moldes, en equipamiento industrial, en profesionales competentes, etc., si no hace un esfuerzo importante en comunicación, toda su inversión en el resto de partidas será ineficaz.

A cada uno, lo suyo.

Mónica Daluz