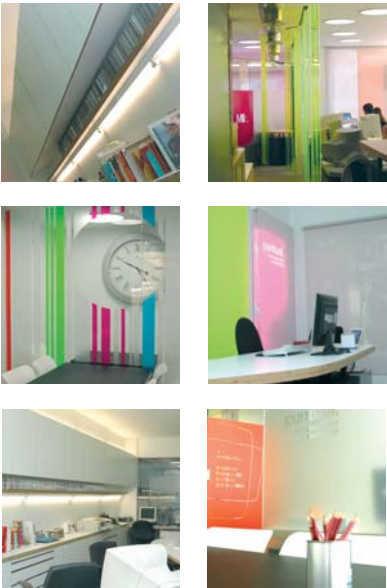




Convencer en situaciones de crisis

Cicerón nos legó un pensamiento basado en su experiencia como abogado: “lo que convence a los demás -manifestaba- empieza por la propia autoconvicción”.

Nada hay menos cierto: creer de verdad en los argumentos que se plantean facilita su comunicación, estimula su comprensión y los hace más aceptables para el receptor. Sin sinceridad, es más que probable que -como en el cuento- se reconozca la pata del lobo por debajo del mensaje.

Si esta regla es esencial en cualquier momento de la vida de una organización, para que sobreviva bien conceptuada tanto como empresa-entidad como para que sus productos-servicios estén bien evaluados, aún es más sustancial en tiempos de crisis ser sincero comunicacionalmente.

Es en este momento cuando hay que acentuar nuestras verdades, seleccionando los puntos fuertes y tratando de mejorar en los débiles. Aceptándonos tal como somos, nuestros clientes, usuarios, proveedores, público...empezarán a creer en nosotros. Y si precisamos su ayuda, será -desde esta plataforma- más factible obtenerla.

Negamos la potencialidad de la teoría del avestruz, y frente a esconder la cabeza en el primer agujero que nos salga en el camino, defendemos -desde Puntual- acometer los problemas frontalmente, salir al paso, podar las ramas que no den sombra y enfrentarnos valientemente a la nueva situación.

SUMARIO

CAMPAÑA INTERNACIONAL
Ayuntamiento de Orihuela

CATÁLOGO PRODUCTOS EXCLUSIVOS
Mediterranean

ESTRATEGIA COMERCIAL
Grupo Ibergest



ESTRATEGIA COMERCIAL
IBERGEST

Cliente: Grupo Ibergest

Se llevó a cabo una estrategia comercial para aumentar las ventas en todas las delegaciones a nivel nacional. Se asesoró al equipo comercial y de marketing para que realizaran una serie de políticas y acciones encaminadas a este fin. Por último, se desarrollaron todos los soportes de marketing para facilitar al equipo comercial la presentación de la empresa, de sus productos y servicios a través de un catálogo corporativo y fichas de producto.

Sector: Servicios a empresas
Piezas: Catálogo general y fichas de producto

Contacto cliente: Leticia Jordá y Thierry Dutel
Diseño: Ana Gil



MARKETING DIRECTO
ESPAIVER
Edificio de oficinas Gran Vía

Cliente: Espaiver

Campaña de marketing para potenciar las ventas de oficinas de diseño y personalizadas en un edificio de alto standing.

Creación y desarrollo de la estrategia para captación de clientes mediante una campaña de marketing dirigida a colectivos previamente seleccionados y apoyada en otros medios publicitarios masivos. Además, Puntual Diseña, maqueta y coordina la producción de todos los soportes.

Sector: Inmobiliario
Mailing a colectivos: Realización de acuerdos de colaboración, cartas y folletos
Publicidad directa: Banner (elmundo.es y diarioinformacion.es), microsite y revistas profesionales
Medios masivos: Anuncios en prensa, vallas publicitarias y lonas

Contacto cliente: Aitana Tolón y Manuel López
Diseño: Ana Gil



CREATIVIDAD
AGUAS DE ALICANTE
Día Mundial del Medio Ambiente

Cliente: Aguas Municipalizadas de Alicante

Puntual resultó vencedor del concurso que con motivo del Día Mundial del Medio Ambiente convocó Aguas de Alicante y donde participaron algunas de las más importantes agencias de publicidad de la provincia. El objetivo de la campaña era concienciar de la importancia de cuidar y respetar el medio ambiente, buscando una idea de fácil comprensión para un target tan amplio (todos los ciudadanos de Alicante sin distinción de edad ni sexo).

Piezas: Anuncio en prensa y muppies

Contacto cliente: Thierry Dutel y Manuel López
Diseño: Ana Gil



EVENTO
SUMA 2008
XV Aniversario



Cliente: SUMA. Gestión Tributaria

SUMA celebró su XV ANIVERSARIO en la Terminal de Cruceros del Puerto de Alicante y encargó a Puntual la realización de todos los elementos, tanto decorativos como de señalética, para este importante evento. Llevando a cabo tanto el diseño de la imagen, la producción y supervisión de todos los soportes acorde al entorno del lugar de celebración. A este acto acudieron más de seiscientos asistentes entre personalidades y altos cargos políticos de la provincia.

Piezas: Logo XV aniversario, preinvitación, invitación, plano llegada, mupis, rollers, lonas para exterior e interior, tótem, carteles, figuras de poliexpan, estructura Versamount, piezas para decoración en foam, etiquetas para copas de vino, salvamanteles, cartas de menú y cóctel, toallas, adornos papiroflexia, etc.

Contacto cliente: Aitana Tolón y Eva Vidal
Diseño y supervisión: Eva Vidal y Aitana Tolón

NEWSLETTER VIRTUAL

COAATA_INFOCOATA

Cliente: Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Alicante

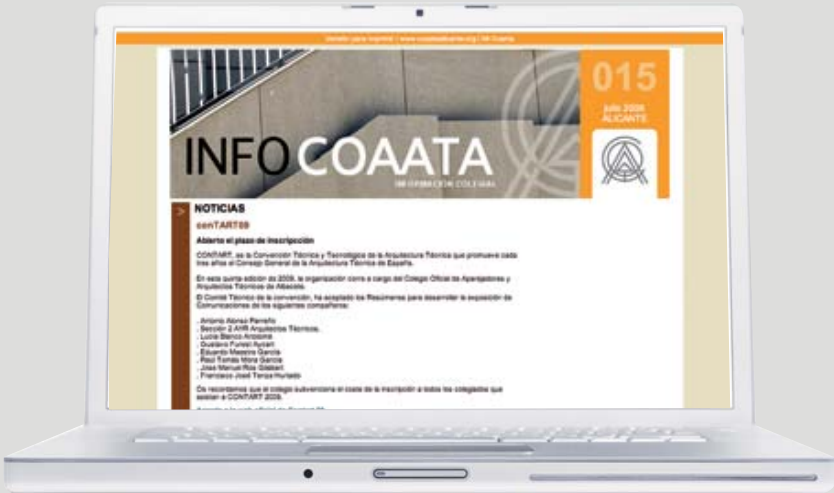
Newsletter programado de forma dinámica para que el cliente pueda actualizar los contenidos por sí mismo, en tiempo real, mediante el panel de control.

Sector: Colegio Profesional

Piezas: Newsletter semanal virtual

Contacto cliente: Marta Latorre y Thierry Dutel

Diseño y coordinación de la programación: Daniel Paredes



CAMPAÑA INTERNACIONAL

AYUNTAMIENTO DE ORIHUELA

Orihuela



Cliente: Concejalía de Turismo, Cultura y Patrimonio Cultural del Ayuntamiento de Orihuela

Presentación de la Semana Santa de Orihuela a nivel nacional e internacional para incrementar el número de turistas y visitantes durante estas celebraciones. Puntual realizó el diseño y la maquetación de los soportes, la redacción y supervisión periodística de los textos en varios idiomas, además de la coordinación para la producción de todos los elementos.

Piezas: Spot de TV (Canal 9, TeleMadrid, Antena 3), carteles, folletos en castellano e inglés, cuñas de radio, anuncios de prensa nacional y prensa internacional (Portugal, Noruega, Suecia y Finlandia) y rollers

Contacto cliente: Gema Martínez y Manuel López

Fotos: Archivo Ayuntamiento de Orihuela

Diseño: Ana Gil y Eva Vidal

IMAGEN CORPORATIVA

CAMINOS DE ALEPP

Establecimiento comercial

Cliente: Caminos de Alepp

Se creó y desarrolló toda la imagen corporativa y su adaptación en soportes, para un negocio especializado en la venta de productos naturales para la belleza y salud. El nombre lo creamos a partir de la ciudad de Alep o Aleppo (Siria) donde desde hace más de mil años se elabora un jabón muy famoso por sus virtudes para la piel.

Sector: Venta al por menor

Piezas: Naming, imagen corporativa, decoración fachada y acciones promocionales

Contacto cliente: Thierry Dutel

Diseño: Eva Vidal



CAMINOS DE ALEPP

salud y belleza natural



DISEÑO Y MAQUETACIÓN

MEDITERRANEAN

Catálogos para productos exclusivos

Cliente: Mediterranean, inmobiliaria del grupo Caja Mediterráneo

Creamos la línea de diseño de los productos más exclusivos que ofrece Mediterranean. Planteamos un estilo limpio y elegante incorporando colores metalizados. Desarrollamos el catálogo de producto destacando además, el estilo de vida en cada país y diseñamos un stand para la feria EPEX'08 en Londres que refleja la idea de lujo y exclusividad.

Como soporte multimedia, diseñamos y programamos el microsite, que traslada las ideas gráficas del catálogo en movimiento.

Sector: Inmobiliaria Internacional

Piezas: Catálogo de producto, stand, paneles, microsite

Contacto cliente: Eva Vidal

Diseño: Ana Gil, Daniel Paredes y Eva Vidal



Posicionamiento Adwords: La importancia de aparecer primero



Internet vs. televisión

La televisión siempre ha sido el medio más consumido en España, pero esta tendencia está cambiando. Según la última oleada del EGM (octubre de 2007 a mayo de 2008) la penetración de la televisión ha experimentado una bajada del 2% en los últimos años. Mientras que el índice de penetración de **Internet** ha experimentado un elevado **incremento del 27,4% desde 1997 hasta la actualidad**.

Otro dato que indica que el consumo de medios está cambiando es el siguiente: en el año 2007, en España, **el número de horas navegando en Internet superó al número de horas viendo la televisión en la franja de público 15-24 años** (Fuente: encuesta encargada por Yahoo).

La importancia de posicionarnos: Google

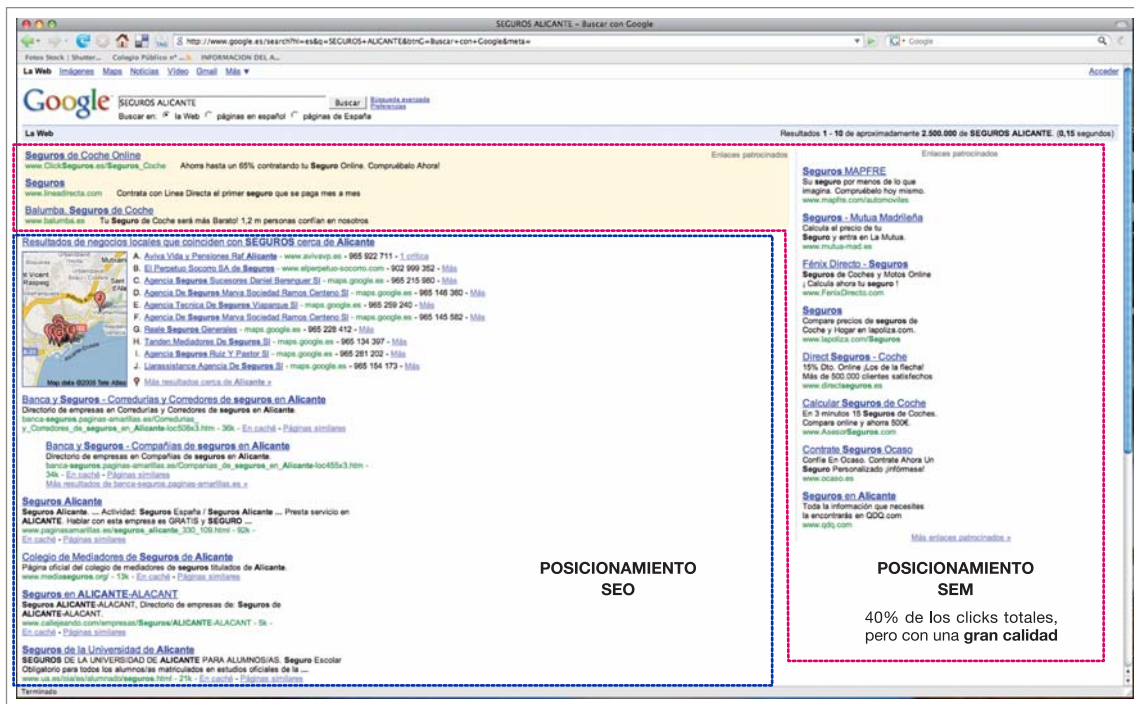
Google es el buscador que abarca el 90% de las consultas en España. Es imprescindible que una web tenga presencia en www.google.es cuando el usuario utiliza una serie de términos de búsqueda relacionados con la actividad del cliente.

Estamos en un mercado donde la **creatividad del mensaje**, el **acierto en la planificación** y el **presupuesto dedicado** a la/s campaña/s nos aportarán **más visitas a nuestra web que a las de la competencia**.

SEO/SEM: Definiciones

ZONA SEO. Anuncio gratuito que depende de Google, posicionamiento a largo plazo, resultados difícilmente medibles a corto plazo: **“posicionamiento natural”**.

ZONA SEM. Anuncio **“Pago Por Click”** de creación propia, posicionamiento en cuestión de semanas, resultados cuantificables, efectividad garantizada.



Puntual: especialistas en posicionamiento SEM

Nuestra experiencia con numerosos clientes y la colaboración permanente con Google España hacen que **Puntual** sea una **agencia especialista en posicionamiento SEM**.

Una vez realizado el estudio previo, ponemos el anuncio en la red y realizamos un seguimiento y gestión diarios para rentabilizar la inversión.

Resultados medibles:

La **efectividad** de la campaña de Adwords se **mide desde los primeros días** de funcionamiento. La **inversión óptima** para que nuestra campaña de Adwords tenga la repercusión máxima se establecerá al mes de funcionamiento. No obstante, para poder extraer conclusiones definitivas sobre el rendimiento de una campaña son necesarios de 2 a 3 meses.

Al cliente se le proporciona un **informe mensual** en donde se contempla un análisis de resultados (número de veces que el anuncio ha aparecido en pantalla, número de clicks, tiempo que el usuario ha estado navegando por nuestra página,...)