

Fujitsu aire acondicionado lleva a 10 personas a Japón

La firma, distribuida en exclusiva en nuestro país por Eurofred, quiere celebrar el verano regalando 5 viajes para dos personas al origen del Fujitsu (Japón). Para ser uno de estos 10 afortunados hay que comprar un equipo de aire acondicionado de cualquier gama de Fujitsu, en cualquier punto de venta autorizado, entrar en www.disfrutael Fujitsu.com/viajeajapon para rellenar el formulario de registro y subir el ticket de compra del equipo adquirido. El sorteo está activo hasta

el próximo 31 de julio. Los ganadores disfrutarán de una experiencia de 8 días por Japón en el mes de septiembre donde visitarán ciudades de renombre como Tokyo, Hakone, Kyoto, Nara y Osaka.



Los hábitos saludables protagonizan la campaña de marketing de verano de Garmin

Garmin presenta su nueva campaña de verano para España y Portugal, que estará presente durante los meses de junio, julio y agosto en importantes cadenas de televisión, revistas, internet, redes sociales y en plena calle, a través de diversos soportes, o en tienda.

Este año, la multinacional pone el foco en acercarse a sus usuarios de la manera más saludable posible y, por eso, los grandes protagonistas de la campaña serán sus wearables, entre los que destacan Garmin vívoFit, vívoSmart y vívoActive.

También ocuparán distintos soportes y medios otros productos del resto de áreas como, por ejemplo, los sistemas de navegación portátil nüviCam, fénix3, Forerunner 225 y GPSMAP 7400.

Para las redes sociales, se ha lanzado un concurso denominado "Garmin Memory" con una mecánica que recordará a los participantes un mítico juego de su niñez. En cuanto a la publicidad exterior, Garmin contará con 15 buses en Madrid y 14 en Barcelona con una imagen exclusiva del smartwatch vívoActive. Para promocionar

la gama de náutica, se hará publicidad ad hoc con tótems volumétricos colocados hasta agosto en diferentes puertos de España. Finalmente, y como incentivo para los usuarios finales, la firma ha seleccionado una serie de productos que van acompañados de un regalo en forma de experiencia, como practicar kayak, senderismo, pentling o disfrutar de un spa. La campaña de marketing de Garmin abarca también el mercado portugués, en el que se realizarán distintas acciones en diversos medios y soportes.

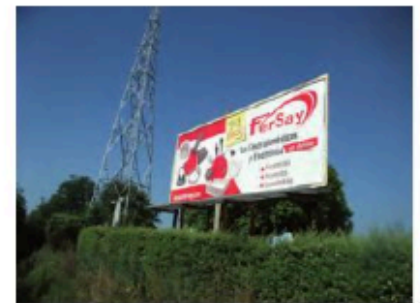


Campaña de vallas de Fersay por España

Fersay sigue intensificando su campaña de publicidad dirigida al gran público, y para ello, cuenta actualmente con más de 300 vallas repartidas por todas las provincias españolas en las que tiene establecimientos.

Esta acción se suma a la campaña publicitaria que ha desarrollado durante el último mes, patrocinando el espacio de Deportes en la cadena Cuatro, en el telediario de las 21.00 h, el de mayor audiencia del canal.

Ambas acciones publicitarias, cuentan con un doble objetivo. Por un lado, están dirigidas a potenciar el conocimiento de sus productos entre el cliente final y dar a conocer la marca Fersay de forma masiva entre el público general, así como su amplia oferta de productos (más de 144.000 artículos de marca Fersay), la calidad de su oferta y su excelente precio. Por otro, buscan apoyar las ventas de su red de franquicias, repartidas por todo el país.



Tech Data incentiva las compras del canal en verano con una campaña promocional

Tech Data ha iniciado una campaña promocional para incentivar las compras del canal durante el período estival. Bajo el lema, ¿Cuál es tu plan para este verano?, la iniciativa consiste en una compensación a todos los distribuidores que efectúen compras a Tech Data durante las próximas cuatro semanas. De manera concreta, por cada 1.000 euros de facturación semanal que se realice a través del portal de comercio electrónico InTouch, el dealer ofrecerá un regalo concreto relacionado con el verano.

La promoción arranca con un set de artículos para la playa, patrocinado por Acer, HP y Toshiba. En las semanas posteriores, se ofrecerán nuevos summer packs, con la colaboración de otros fabricantes, siempre con artículos destinados a planes para el verano.

"Nuestro objetivo es recompensar a nuestros clientes por su fidelidad aprovechando un período de bastante movimiento en nuestro mercado, previo a los meses de verano", explica Marta Juderías, directora de marketing services de Tech Data. "De esta forma, además, incentivamos al canal para contribuir entre todos a dinamizarlo todo aún más", añade.

La campaña promocional afecta a todos los productos y fabricantes del portfolio de Tech Data, sin excepción.

