

ENTREVISTA REDES DIGITALES MULTIMEDIA

Ricardo García. Director comercial de Fujitsu Services

Las Redes Digitales Multimedia están revolucionando la forma de comunicarse de las organizaciones con su audiencia o mercado objetivo, abriendo nuevos canales de comunicación que captan y atraen a su audiencia en lugares y condiciones antes inimaginables. Fujitsu Services ofrece desde hace tiempo una solución de comunicación masiva que difunde contenidos variados como noticias, información específica, video clips e información multimedia sobre redes y pantallas digitales en lugares de alta concentración de público.

IGC: ¿Cuáles son, a grandes rasgos, las aplicaciones de las Redes Digitales Multimedia de Fujitsu?

Nuestras Redes Digitales Multimedia pueden ser utilizadas por diferentes sectores y tipos de negocio para la promoción de sus propios productos o servicios, la promoción de productos y servicios de terceros mediante el alquiler de espacios, o el empleo combinado de las dos opciones anteriores.

Fujitsu y sus socios ayudan a sus clientes a desarrollar un modelo de negocio ajustado a sus requisitos específicos. Con una inversión relativamente baja se consiguen múltiples posibilidades para incrementar las ventas y promocionar la marca. Si, además, se utiliza parte del espacio para publicidad de terceros, el retorno de la inversión está garantizado.

IGC: ¿Qué diferencia aportan las Redes Digitales Multimedia frente a otros tipos de comunicación masiva?

Las Redes Digitales Multimedia permiten a las organizaciones acceder a sus clientes, consumidores, usuarios o empleados, de la forma más adecuada para que reciban sus mensajes en el lugar de contacto, venta o transacción; y todo ello en tiempo real.

IGC: ¿Cuáles son las ventajas de estas redes frente a la tradicional comunicación estática en punto de venta?

En primer lugar su dinamismo, ya que los elementos estáticos de publicidad en punto de venta utilizados hasta ahora, además de provocar saturación de espacio físico, carecen de la inmediatez del mensaje y de la capacidad de impacto de las Redes Digitales Multimedia.

En segundo lugar se trata de una comunicación flexible que puede ser segmentada en tiempo real de acuerdo a las circunstancias puntuales o tipología de público objetivo existentes en cada lugar de contacto. Con ello se gana efectividad en los mensajes, permitiendo el desarrollo de estrategias de marketing directo que optimicen la fidelidad de los clientes.

Otras ventajas significativas de estas redes hacen referencia a su mayor capacidad para atraer la atención y generar por tanto un deseo que se traduzca en impulso de compra, por no hablar de la diferenciación que obtienen tanto los locales como las marcas anunciadas, o la mejora de la experiencia de compra que adquieren los consumidores.

IGC: ¿Qué papel pueden desempeñar las Redes Digitales Multimedia como canal de comunicación corporativa?

Las empresas y organizaciones no sólo tienen intereses comerciales, también tienen necesidad de comunicarse con sus empleados y con la sociedad en general. En la comunicación corporativa se transmite información de la empresa debidamente estructurada hacia sus empleados y usuarios, siendo por ejemplo una excelente herramienta para la formación de personal, ya que proporciona un extraordinario ahorro de costes frente a la formación tradicional.

IGC: ¿Hay sectores especialmente sensibles a los beneficios de las Redes Digitales Multimedia?

Sin lugar a dudas el sector retail es uno de los más relevantes para la implantación de estas redes, ya que el comercio minorista vive sujeto a una gran competencia en la pugna por captar y fidelizar a sus clientes. Precisamente en este sector, Fujitsu Services está haciendo una apuesta fuerte en España con la creación de una unidad de negocio específica que aporte las soluciones y servicios TI que el grupo Fujitsu posee a nivel mundial.

Un sector que está actualmente despertando a la explotación de Redes Digitales Multimedia es el sector financiero, especialmente la banca, que, a través de sus amplios canales de oficinas tienen ante sí una excelente oportunidad para dinamizar y personalizar la comunicación con los clientes. La implantación de estas redes en sucursales bancarias ayuda de manera espectacular a consolidar el nuevo diseño de oficina comercial que están implantando la mayor parte de instituciones españolas.

Otros sectores de gran trascendencia en este tipo de comunicaciones son la administración pública, sanidad, transporte y turismo, hostelería, ocio, etc.

IGC: En el mercado existen varias alternativas a la hora de seleccionar un proveedor de este tipo de comunicaciones ¿Cuál es el elemento diferenciador en la oferta de Fujitsu Services?

Para Fujitsu la importancia de la tecnología no es la tecnología en sí misma sino la aplicación al negocio de nuestros clientes. Fujitsu proporciona un servicio gestionado integral de extremo a extremo orientado al beneficio del negocio, aportando a nuestros clientes el valor añadido y la diferenciación que necesitan. Esto es lo que distingue a Fujitsu de sus competidores: nosotros suministramos las infraestructuras, la tecnología, los contenidos y el soporte dentro de un modelo de negocio eficiente e innovador. La mayoría de los proveedores de comunicaciones sobre redes digitales ofrecen solamente uno o varios elementos aislados del servicio.

Otro aspecto interesante de nuestra oferta es la posibilidad de establecer diferentes modelos de negocio según el papel que cada uno de los integrantes desempeñan dentro del servicio (proveedor de la solución y gestor de la red, diseñador de canal, agencias de medios, anunciantes, propietario de la red, etc).

IGC: ¿Qué casos de éxito ha cosechado en España Fujitsu Services en el despliegue de las Redes Digitales Multimedia?

Hemos tenido éxitos considerables en Europa, especialmente en España y Portugal donde ya se han instalado pantallas de plasma en más de 720 ubicaciones en empresas líderes como CEPSA, GALP y REPSOL, que han sabido aprovechar las ventajas de las Redes Digitales Multimedia. En todas ellas se han instalado sus respectivos equipos y canales exclusivos, todos administrados y gestionados de manera remota por Fujitsu.