



Las ideas son fundamentales a la hora del marketing y el diseño./E. de G.

bueno invertir en la imagen de marca de la empresa, pero, sobre todo, en época de crisis para que el cliente no se olvide de ellos. Pues como admite Domínguez

“Siempre hay buenas ideas, que aunque no haya recursos se pueden llevar a cabo. Hay que quererlo.”

Las PYMES tienen que invertir en marketing para seguir siendo visibles en el mercado global

“cuando salgamos de la crisis perdurarán los que lo hayan sabido hacer bien”. En un momento donde cualquier noticia positiva es cogida con optimismo y hacer seguir mirando al futuro con posibilidad de salir.

Así, desde Lauradom explican la gran repercusión que, ahora mismo, tendrían las campañas de publicidad y se alargarían hasta un futuro “por el ansia que hay de oír que alguien se mueve”. Y este movimiento, desde este estudio se observa en que, ahora, las empresas vuelven a cuidar su marca, algo que habían dejado algo apartado en la época de bonanza. Y es que los empresarios saben que “es el momento de invertir en publicidad”, afirma Laura Domínguez, aunque, al mismo tiempo, reconoce que

muchos no pueden hacer esta inversión porque “están comidos por el día a día”.

Un ejemplo de este retorno a la consolidación de la marca Lauradom lo ve en el aumento de trabajo que ha tenido en los últimos meses y los empresarios que vienen con su identidad corporativa aparcada hace tiempo porque no les hacía falta darse a conocer y “ahora vuelven porque saben que toca otra vez ser conocido” y lo que supone el reforzarse de cara a los competidores.

Retos

Pero aunque el empresario sea consciente de la necesidad de retomar la publicidad como una

que tienen que usar la comunicación y el marketing e invertir en ello para seguir siendo visibles en el mercado global.

Para ello Laura Domínguez propone tener tiempo, saber lo que se quiere hacer, para ello recomienda “pararse y pensar”, a lo que continúa diciendo “ahora estamos trabajando todos el triple que antes porque hay mucho que hacer”, a lo que añade “ahora es cuando hay que parar, pensar y dedicar un rato a pensar que hacer”, así poder utilizar estas herramientas de una manera útil y “optimizando nuestros recursos”. Pues aunque haya cosas que nos parezcan gratis, como las

EL VEGATONE

9 meses captando las imágenes de TVE1 de los actos públicos de la entonces vicepresidenta del Gobierno, María Teresa Fernández de la Vega, han servido a Laura Domínguez y Enrique Delgado para crear el “Vegatone”, una guía de color sobre los tejidos que la política usaba en sus comparecencias públicas, una forma diferente de llamar a las tonalidades de colores referida a la fecha en que utilizó esa prenda.

60 colores que, con el respeto y el humor han creado una nueva forma de ver los colores. Tanto, que hasta la propia de la Vega, quiere conocer a sus autores.

manera de posicionarse en el mercado, también sabe que, por la crisis muchas veces no es posible hacer esa inversión. A este respecto Lauradom, ve este momento como un reto pues “siempre hay ideas que pueden ser buenas y que necesiten menos recursos. Y es lo que ahora toca”. Un reto que supone moverse de otra manera y utilizar medios que antes no eran de uso diario como Internet o las nuevas tecnologías. Y las PYMES son conscientes

redes sociales, no lo son, pues si se sabe que decir en esos medios, perfecto, pero si no, hay que pagar a alguien para que sepa como decirlo y cuando decirlo para beneficiar nuestro negocio. Pues como dice Domínguez, “lo importante es trabajarse el mensaje”.

Diseño

Todos, ya sea en nuestra vida diaria o en nuestra faceta profesional buscamos algo que nos dife-

rencie de los demás, el hacernos únicos. Esto ocurre lo mismo con los productos y servicios, el diferente, si es bueno, al final es el que triunfa, por eso, la inversión en desarrollo y búsqueda de nuevos productos es ahora, más importante que nunca.

Para Laura Domínguez, responsable de la empresa de diseño Lauradom, “la gran baza de occidente es el diseño, la originalidad, pues no podremos competir en precios con productos que vienen de una mano de obra más barata”. Así que toca ser los primeros en hacer las cosas, aunque luego las copien. “Pero lo que cuesta es pararse y pensar” y es en lo que tienen que invertir ahora las empresas.

Aunque desde esta empresa de diseño reconocen que es un paso que da miedo “hay miedo al cambio” a lo que añade “es el miedo a si funcionará o no”, por lo que desde esta empresa que innova en cada campaña publicitaria que realiza reconoce que “esta es un época para los valientes”. Para ser sincero con uno mismo y creer en lo que se hace. Esto es lo que hacen desde Lauradom, así, su última creación es el “Vegatone”, un administrador de colores a partir de los trajes que usaba la entonces vicepresidenta del Gobierno, María Teresa Fernández de la Vega desde el 8 de febrero al 4 de noviembre de 2010. “Es una manera simpática de ver los colores de otra manera”, admite Laura Domínguez, que reconoce, “nos están llamando medios a nivel nacional para que les contemos lo que es”, además de añadir, “hasta la protagonista nos ha dicho que nos quiere conocer”.

Una forma diferente de ver a la clase política y de hacer más ameno y diferente el día a día.

¿CRISIS?
¿Qué crisis?



Aproveche esta oferta única
Naves desde:
77.800€

unidades limitadas
IVA no incluido

DELLENOS



Construimos a tu gusto todo tipo de edificaciones:
Viviendas unifamiliares, locales comerciales,
campas, naves... Especialistas en construcción industrial.
Además, ahora tenemos terrenos libres a tu disposición.

No lo pienses y llámanos,
949 20 31 20

www.grupoalcaller.com
¡¡Estamos que lo tiramos!!