

Gran consumo

Un espectáculo presenta la nueva gama de máquinas de Nespresso



16 de febrero de 2009

La primera semana del mes de marzo Nespresso lanzará al mercado español su nueva gama de máquinas Citiz, cuyo diseño se inspira en las calles de distintas ciudades, y en cuyo desarrollo han participado los socios del club de la marca con sus sugerencias. En el mes de abril, llegará la campaña de publicidad, que será multimedia, con creatividad de McCann Erickson París. Los medios los maneja Optimedia.



Un evento celebrado en Madrid la semana pasada ha precedido al lanzamiento de la gama y de la campaña. Unas 450 personas, entre distribuidores, prensa y socios del club y vips, fueron invitados por los directivos de la firma para presenciar **un espectáculo creado especialmente para Nespresso por el artista Luc Petit** (artista internacional que ha colaborado en espectáculos del Circo del Sol como Alegría, Saltimbanco), inspirado en impresionantes rascacielos y evocando una ciudad sin límites. Según han declarado a Marketing News los directivos de Nespresso en España, tienen previsto realizar “otros eventos de menor tamaño en otras ciudades con el objetivo de motivar a la distribución, desde el más alto directivo hasta el vendedor”.

La nueva gama de Nespresso incluye tres modelos: Nespresso CitiZ (una máquina espresso de un solo cabezal), Nespresso CitiZ&Milk (máquina espresso de un solo cabezal con un accesorio incorporado para hacer espuma de leche) y Nespresso CitiZ&Co (la primera máquina con doble cabezal diseñada para el consumidor, para su uso en los hogares). Las tres máquinas han sido creadas diseñadas en dos estilos, retro y high-tech.

Nespresso, presente en España desde 1996, cuenta con 12 boutiques en España. El objetivo es abrir en 2009 otras seis, dos de ellas en Madrid. Las ventas en tienda representan el 50% de las ventas totales de la compañía en España (en el resto del mundo, no llegan al 30%). El otro 50% se lo reparten a partes iguales internet y la venta telefónica. Según la compañía, acaparan el 29% del mercado de máquinas espresso.



Este artículo se ha impreso de MarketingNews

© 2009 Publicaciones Profesionales, S.L. Todos los derechos reservados