

Ahorrar o no ahorrar, ESA ES LA CUESTIÓN

El Cuaderno de bitácora DE IDEART COMUNICACIÓN



Ahora más que nunca, las empresas deben gestionar sus recursos con el máximo rigor. Eso supone la búsqueda del ahorro en todas las partidas, y una de las que primero se cuestiona en tiempos de crisis es la de **creación de catálogos**.

La experiencia nos ha demostrado que éste recorte es, en la mayor parte de los casos, evitable. No se trata de dejar de producir una herramienta de venta tan importante como los catálogos y tarifas, sino de ser capaces de reducir costes al máximo en su elaboración. En tiempos de crisis, lo que toda empresa de bienes o de servicios necesita es aumentar sus ventas, y reducir o eliminar catálogos de producto va en contra de esta dinámica, ya que entre otras cosas se priva a posibles clientes y a los agentes de ventas de una de sus herramientas fundamentales.

NUESTRA EXPERIENCIA INDICA QUE DEJAR DE REALIZAR CATÁLOGOS NO ES LA MEJOR SOLUCIÓN DE AHORRO POSIBLE

En otra ocasiones el desconocimiento de las posibilidades de ahorro hace que muchos empresarios y responsables de marketing se decanten simplemente por reducir la tirada, bajar la calidad del papel o de los acabados o directamente alargar hasta el límite la vida útil de los catálogos de empresa. Por eso hemos creído conveniente empezar nuestros casos de estudio abordando esta cuestión, la del **ahorro en la producción de catálogos y tarifas de empresa**. Porque ahora más que nunca es necesario y además, posible.

No basta saber, se debe también aplicar. No es suficiente querer, se debe también hacer.

GOETHE

CONTENIDO

CASOS

Tres casos reales en los que empresas muy diferentes lograron ahorrarse bastante dinero (y algunos problemas).

CLAVES

Te ofrecemos unas sencillos consejos para que consigas el máximo ahorro en tus catálogos.

CONSEJOS

¿No sabes por dónde empezar para elaborar un catálogo o tarifa económica? Es posible que ésto te interese.

¿SABÍAS QUE?

Algunos datos de nuestros clientes que te ayudarán a contextualizar la información.

CLAVES para ahorrar al elaborar un

CATÁLOGO



CLAVE 1: ESTUDIO PREVIO

Antes de empezar la realización de un catálogo, conviene **estudiar a fondo las características** del mismo, los puntos fuertes y débiles, antecedentes y contexto, para identificar los puntos claves en los cuales es posible conseguir un ahorro significativo: concepto, formato, tirada, estructura...



CLAVE 2: FLEXIBILIDAD

La experiencia nos ha demostrado que la **resistencia a incorporar cambios** en la manera de elaborar un producto ya establecido, como es un catálogo, es una de los mayores obstáculos para conseguir resultados óptimos. Se requiere, pues, una actitud abierta y flexible por parte de todos los integrantes en el proceso.



CLAVE 3: TIEMPO

A veces es necesario un **replanteamiento general** de todo el catálogo para conseguir que el ahorro sea significativo, lo cual conlleva un **mayor tiempo de elaboración** del mismo. Es posible también que por ello el presupuesto inicial sea mayor, pero lo cierto es que los beneficios se hacen más consistentes a lo largo de los años, por lo que ese incremento inicial de tiempo y de presupuesto revierte en beneficio a medio plazo.

Tres casos de ahorro

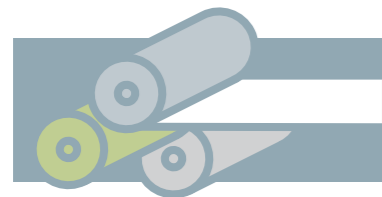
» TRES DE LAS EMPRESAS QUE TRABAJAN HABITUALMENTE CON IDEART NOS CUENTAN, EN PRIMERA PERSONA, SU EXPERIENCIA CON LOS PROCEDIMIENTOS DE AHORRO EN LA ELABORACIÓN DE CATÁLOGOS Y TARIFAS DE EMPRESA.

CASO 1

REMAQUETAR TODO UN CATÁLOGO

“Llevábamos varios años sacando nuestro catálogo de producto con otra empresa, hasta que **hicimos una consulta en Ideart** y nos sugirieron la posibilidad de ahorrarnos una cantidad considerable de dinero en la maquetación y en la impresión del catálogo, todos los años. **Nos costó dar el paso**, ya que llevábamos mucho tiempo trabajando de la misma manera, pero llevamos dos años ahorrándonos una gran cantidad del presupuesto inicial. Eso sí, hubo que **maquetar de nuevo todo el catálogo**”.

“HICIMOS UNA CONSULTA EN IDEART Y NOS SUGIRIERON AHORRARNOS UNA CANTIDAD CONSIDERABLE”



CASO 2

OPTIMIZAR LA IMPRESIÓN DE UNA TARIFA

“Tenemos una tarifa bastante completa que, por cuestiones internas de un proveedor, debía tener **dos versiones**, una con y otra sin esa marca, con lo que conlleva de incremento de precio: doble filmación, doble tiempo de máquina, y demás. Hasta que desde Ideart nos propusieron hacer un cambio en la disposición de los capítulos, y así **evitarnos uno de los juegos de planchas** casi completo, así como un montón de horas de máquina. Con un cambio de maquetación relativamente sencillo, conseguimos **ahorrar 10.000€**”.

“CON UN CAMBIO DE MAQUETACIÓN SENCILLO, CONSEGUIMOS AHORRAR 10.000€”



CASO 3

CAPAS PARA UNIFICAR DISTINTOS CATÁLOGOS

“Nuestro problema consistía en que sacábamos varios catálogos sectoriales que acababan formando parte de un catálogo-tarifa general, y cada vez que había que generar una de las versiones había que **repetir los cambios e incorporaciones** que ya habíamos generado para la otra versión. El caso es que **gracias a un sistema de capas**, conseguimos tener un solo documento en el que trabajar, que cambiaba de aspecto de forma muy rápida para convertirse en catálogo sectorial, o tarifa”.

“GRACIAS AL SISTEMA DE CAPAS, TENEMOS UN SOLO DOCUMENTO EN VEZ DE VARIOS”



Los catálogos de producto siguen siendo una herramienta fundamental de marketing y promoción para muchas empresas de todo tipo: productos, distribuidores, servicios, etc.

¿Sabías que...?

EL 75% DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS CONSIDERA FUNDAMENTAL ACTUALIZAR AL MENOS UNA VEZ AL AÑO SU CATÁLOGO DE PRODUCTOS.

75%

EL 50% OPINA QUE ES POSIBLE REDUCIR LOS COSTES DE ELABORACIÓN DE SUS CATÁLOGOS Y TARIFAS, AL MENOS EN DOS AÑOS CONSECUTIVOS.

50%

EL 85% NO CONTEMPLA, A MEDIO PLAZO, LA POSIBILIDAD DE DEJAR DE REALIZAR LOS CATÁLOGOS O TARIFAS QUE YA TIENE EN CURSO.

85%

EL 65% CONSIDERA UNA INVERSIÓN RENTABLE OPTIMIZAR SUS CATÁLOGOS PARA CONSEGUIR AHORRAR EN AÑOS VENIDEROS.

65%

Fuente: elaboración propia. (Sondeo informal realizado entre clientes de Ideart Comunicación, 2010)

CONSEJOS PRÁCTICOS

1 SÉ CRÍTICO CON TU PRODUCTO

Si lo que se pretende es un ahorro significativo sin reducir la calidad, no queda más remedio que analizar al máximo la calidad de los productos gráficos de la empresa. Sin ese análisis crítico, no hay avance posible.

2 ANALIZA A LA COMPETENCIA

Las empresas referentes de nuestro sector nos pueden proporcionar algunas claves acerca de posibles cambios en nuestra estrategia comunicativa. No se trata de imitar, sino de adoptar y adaptar aquellos aspectos que mejor respondan al carácter de nuestra empresa. Entre ellos, estudiar a fondo sus catálogos.

3 RENUEVA TU IMAGEN

En un mundo en constante cambio, no hay nada peor que permanecer estancado. Las novedades son continuas en casi cada ámbito y sector, por lo que es imprescindible estar abiertos a incorporar nuevos soportes (PDF'S, catálogos interactivos, redes sociales, etc.) o estrategias de comunicación diferentes.

4 ESTABLECE UN OBJETIVO

¿Cuánto necesitas ahorrar en la elaboración de tus catálogos y tarifas? A veces es mejor empezar con un objetivo fijo en mente, y explorar todas las alternativas posibles en la consecución del mismo, aunque luego no sea posible llegar al objetivo máximo.



El Cuaderno de bitácora DE IDEART COMUNICACIÓN

El Cuaderno de Bitácora de Ideart Comunicación intenta ser un espacio de estudio y reflexión donde plasmar parte de nuestra experiencia en el mundo de la comunicación.

Los casos de estudio de este cuaderno de viaje son nuestra pequeño mensaje lanzado al océano virtual, que quizás puedan servir de algo, a alguien, en algún lugar.

LOS NOMBRES DE LAS EMPRESAS MENCIONADAS EN EL PRESENTE CASO DE ESTUDIO NO APARECEN POR DESEO EXPRESO DE LAS MISMAS.

EN CASO DE REQUERIR MÁS INFORMACIÓN SOBRE LO AQUÍ EXPUESTO, TE ANIMAMOS A CONTACTAR CON NOSOTROS PARA CUALQUIER DUDA O CONSULTA.