

CON EL LANZAMIENTO DE LA MARCA CLIMAVENETA

Mitsubishi Electric refuerza su plan de expansión en España

Con la incorporación de las soluciones de Climaveneta a su catálogo de productos, Mitsubishi Electric fortalece su estructura y refuerza su plan de expansión en España.

La apuesta de desarrollo incluye reforzar vínculos con sus clientes y usuarios.

MITSUBISHI ELECTRIC continúa “imparable” en su plan de expansión internacional, y también en España. Muestra de ello ha sido la incorporación de la gama Climaveneta, recientemente adquirida por compañía, al portfolio de productos en nuestro país, como anunció el director General de la División de Aire Acondicionado, Pedro Ruiz, durante el evento celebrado el pasado 31 de mayo en el Santiago Bernabéu, que puso el broche final al road show que la compañía ha desarrollado durante el último año por los principales estadios españoles de fútbol con sus clientes.

La japonesa, que en menos de cuatro años ha duplicado sus cifras de negocio, lo que le ha permitido convertirse en referente en el mercado en muchas de las categorías de producto que desarrolla, fortalece ahora su estructura, protagonizando una clara expansión de negocio en Chillers y reforzando su posición dentro del sector

del aire acondicionado y la climatización en España.

Asimismo, y en el marco de esta nueva apuesta de desarrollo, la firma ha puesto en marcha una nueva campaña publicitaria que, bajo el eslogan ‘Siempre Contigo, Mitsubishi Electric’, busca reconocer y reforzar el vínculo

con sus clientes y consumidores y agradecer así la confianza depositada por ellos. ‘Como las buenas relaciones, la nuestra contigo se basa en la confianza y durabilidad’ es el concepto desarrollado en esta nueva estrategia publicitaria que busca conectar con el consumidor, interactuar con



De izquierda a derecha, Masami Kusano, Rafael Martín Vázquez, Iván Helquera y Pedro Ruiz.

él mediante imágenes de situaciones reales emotivas, cercanas y reconocibles que desatacan la conexión con sus propias vivencias.

La nueva estrategia tiene cobertura nacional y puede verse, tanto en punto de venta como en distintos soportes y formatos publicitarios.

Leyendas del fútbol y un escenario excepcional

Fue en el emblemático Estadio de fútbol Santiago Bernabéu donde la japonesa hizo públicas sus nuevas acciones, en un acto en el que contó con la participación especial de dos rostros conocidos y admirados del panorama futbolístico de todos los tiempos, Iván Helguera y Rafael Martín Vázquez, entrenadores y actuales comentaristas deportivos, que se sumaron a una celebración de la que formaron parte clientes, partners y empleados.

Durante la jornada, los invitados disfrutaron de un tour por las instalaciones y fueron testigos de varios partidos amistosos que enfrentaron a 'Clientes' contra 'Empleados Mitsubishi Electric'. Más de 400 asistentes participaron en la jornada.

Junto con Pedro Ruiz, estuvo presente en el acto el presidente de Mitsubishi Electric Europe, B.V. Sucursal España, Masami Kusano. Ambos realizaron una intervención especial ante la prensa en la que destacaron

Más de 1.000 clientes

Durante el último año, la japonesa ha desarrollado un road show por los principales estadios españoles de fútbol con el objetivo de premiar y reconocer la fidelidad de sus clientes y colaboradores.

La campaña, que ha conseguido congregarse a más de 1.000 clientes, arrancaba hace un año, en forma de gira itinerante por los principales estadios de fútbol de España, "el marco perfecto para que los protagonistas se convirtieran por un día en jugadores profesionales".

El Estadio Sánchez Pizjuan (Sevilla) supuso el arranque de la iniciativa en junio de 2017; le siguió el Vicente Calderón (Madrid) el 20 de junio del año pasado, siendo precisamente el último partido jugado en el mítico campo atlético; y en septiembre de ese mismo año, viajaron hasta el estadio del Real Club Deportivo Español, en Barcelona. El recorrido ha finalizado este mayo en el evento celebrado en el Santiago Bernabéu.



La compañía ha visitado con su road show los principales estadios españoles de fútbol.

la apuesta decidida de Mitsubishi Electric por la obtención de los más altos estándares de calidad e innova-

ción, valores que han caracterizado el ADN de la marca desde su nacimiento.

Masami Kusano insistió en la importancia "de mantenerse siempre activos en la búsqueda de nuevos retos de negocio que logren no solo reforzar su posicionamiento en el mercado, sino ofrecer un servicio pleno, garantizando los más altos niveles de fiabilidad en sus productos y con el máximo grado de satisfacción para sus clientes".

En esta línea, Pedro Ruiz destacó la importancia que adquiere para Mitsubishi Electric el equipo humano, empleados y consumidores, de ahí que hayan apostado por una campaña publicitaria dirigida fundamentalmente a las personas, pues "son ellas quienes hacen posible que Mitsubishi Electric sea en la actualidad una referencia en tecnología, confianza y durabilidad".



TECNOLOGÍA (ON LA QUE PUEDES CONTAR)

Como las buenas relaciones, la nuestra contigo se basa en la confianza y durabilidad.

#SiempreContigoMitsubishiElectric



TECNOLOGÍA (ON LA QUE PUEDES CONTAR)

Como las buenas relaciones, la nuestra contigo se basa en la confianza y durabilidad.

#SiempreContigoMitsubishiElectric



La nueva campaña promocional tiene como lema 'Siempre contigo Mitsubishi Electric'.