

Directia refuerza su oferta de logística relacional con nuevos servicios de gestión en el punto de venta

- El objetivo de la unidad de negocio de Mediapost es acercar las marcas a sus consumidores, mejorar la experiencia de compra en el punto de venta y seguir siendo la empresa de referencia en implementaciones promocionales.
- La oferta de Directia se completa con el nuevo software eCOS, especializado en la administración de materiales promocionales y servicios en el punto de venta.
- Directia también ha renovado su imagen corporativa, ahora en color verde, y su página web para estar más próximo a los profesionales de las áreas de marketing, departamentos de *trade* marketing y desarrollo de producto e innovación.

Madrid, 25 de septiembre de 2018.- Directia, la unidad de negocio de Mediapost especializada en logística relacional, ha reforzado su oferta con **nuevos servicios de gestión en el punto de venta (PDV)** y un nuevo software para las campañas de marketing en el sector retail, **eCOS**, gracias al que se puede **ahorrar hasta un 50% del tiempo de gestión y aumentar la tasa de ventas incluso en un 35%**.

De esta manera, Directia **completa su oferta de servicios** y suma a su experiencia en logística convencional y promocional, la mejora de la gestión de eCommerces y puntos de venta. El objetivo es **acercar las marcas a sus consumidores**, mejorar la experiencia de compra (sea en una tienda física u online) y seguir siendo la empresa de referencia en implementaciones promocionales para todo tipo de negocios.

El mayor cambio en los servicios se centra en la **mejora y optimización de la logística en el punto de venta**. En palabras de David Arteaga, responsable de esta unidad de negocio de Mediapost, *“el PDV es el principal punto de contacto entre una marca y sus clientes, por lo que es necesario tener en cuenta atributos como la imagen gráfica o los mensajes clave para llevar a cabo cualquier acción y conectar con el target”*.

Directia pone a disposición de los clientes **servicios de consultoría, visual merchandising y trabajos de campo**, además de ofrecer asesoría en la fabricación de los stands, mobiliario o PLV para que el almacenaje y transporte de la cadena logística sean eficientes. Es decir, ofrece, de principio a fin del proceso, **soluciones adaptadas a las necesidades reales de cada empresa** y optimiza el rendimiento de las campañas.

Junto a estas mejoras en el punto de venta, Directia comercializa en exclusiva en España el **software eCOS**, una herramienta que facilita la gestión de materiales y servicios a los profesionales del marketing. Con ella, los negocios del sector retail

pueden alcanzar **cifras de ahorro de hasta un 50% del tiempo de gestión y hasta un 30% en logística interna**, así como **incrementar su tasa de ventas en hasta un 35%**.

*“eCOS es un software indispensable para la gestión de todo lo referente al punto de venta, ya que **reduce considerablemente el volumen de las tareas administrativas**. Su uso permite administrar pedidos, materiales y acciones comerciales a las empresas, además de que proporciona mediciones en tiempo real de los KPIs e informes con los que controlar stocks, calidad de la ejecución, etc.”*, detalla Arteaga.

Todas estas novedades están soportadas por la tecnología propia de la compañía: **Iris y Promodirectia**. La primera plataforma sirve para comprobar el estado de la actividad logística y disponer de una trazabilidad completa del producto o material; Promodirectia, por su parte, es una solución para la gestión de material promocional, la segmentación adecuada de la información y para tener acceso y control constante de toda la campaña.

Nueva imagen corporativa y página web

Unido a la mejora de sus servicios, **Directia ha renovado su imagen corporativa**, ahora en color verde, y su [página web](#) para estar más próxima a los profesionales de las áreas de marketing, departamentos de *trade marketing* y desarrollo de producto e innovación, entre otros.

La elección de este color está ligada a los valores que transmite la compañía. El verde es el color del dinamismo, la frescura y la sostenibilidad. Directia y su logística relacional ayudan a las empresas a **entablar relaciones comerciales sostenibles y duraderas** con sus clientes, optimizando su logística y, por tanto, mejorando la efectividad en sus campañas.

La página web, mucho más fresca y con un estilo más moderno, se ha actualizado para dar cabida a todas las novedades. Uno de los aspectos que más destaca es su usabilidad, que garantiza una navegación fácil e intuitiva para todo aquel que quiera informarse sobre la oferta de Directia.

“El cambio en la página web y en la imagen corporativa es una decisión que llevamos tiempo meditando. Queríamos hacer algo de fácil consulta para el público y con un diseño moderno, y creo que lo hemos conseguido. Estamos muy contentos con el resultado final”, afirma Arteaga.

Para más información:

Mediapost

Irene Cubas
682 612 979

Irene.cubas@mediapost.es

Trescom Comunicación

Florita Vallcaneras / Ana Vázquez
91 411 92 90 / 627 811 799

florita.vallcaneras@trescom.es/ana.vazquez@trescom.es