



MEIZU

Eloy Rodríguez

Chief Marketing Officer de ErsaxTrade

“La filosofía de MEIZU siempre ha sido la de fabricar productos de alta calidad, la única diferencia es que la expansión internacional ha incrementado nuestra popularidad mediática...”

Fundada en 2003 MEIZU nace con el objetivo de diseñar y producir smartphones que proporcionen una experiencia móvil sencilla e intuitiva. Inicia su expansión dentro del mercado en 2008, desde entonces está comprometido con el desarrollo de smartphones de alta gama. ErsaxTrade es el distribuidor exclusivo de la marca en España que además, a través de MEIZU España, gestiona todas las acciones de marketing y comunicación de la compañía a nivel nacional. Recientemente la compañía ha abierto en España más de 100 MEIZU Center, establecimientos experienciales para acercar la tecnología y productos de la marca al consumidor. A través de la siguiente entrevista, Eloy Rodríguez, Chief Marketing Officer de ErsaxTrade, nos describe la trayectoria de la compañía.

¿Qué magnitudes tiene MEIZU?

Hablamos de uno de los 10 fabricantes de smartphones más importantes a nivel mundial. El pasado 2016 vendimos más de 22 millones de unidades internacionalmente, un crecimiento exponencial que se ha visto reflejado en España, mercado en el que ya contamos con una presencia general en los principales canales de distribución.

MEIZU cuenta con más de 1.000 empleados y 600 tiendas físicas repartidas por China, Rusia, Israel, Ucrania y, recientemente, también en España con la implantación de más de 100 MEIZU Center.

¿Qué convierte la marca MEIZU en una propuesta de referencia en el sector? ¿Qué le exigen los consumidores?

Hay varios factores que convierten a MEIZU en referente. Quizá el más conocido entre los usuarios es la excelente relación calidad-precio; hemos conseguido posicionarnos como una de las mejores opciones en gama media y media-alta.

Acercamos la alta tecnología a todos los usuarios lanzando dispositivos con especificaciones más propias de modelos de gama alta. Por poner un ejemplo, incluso en los productos de gama de entrada, todos nuestros dispositivos incorporan tecnología mTouch.

En cuanto a dispositivos de gama media-alta añadimos tecnología innovadora como el 3D Press del PRO6, una característica en la que MEIZU ha sido pionero en dispositivos Android.

MEIZU no se conforma con ser un fabricante más, trabaja para competir tecnológicamente con las firmas más reputadas.

Nuestros usuarios exigen calidad y potencia al alcance de todos. Nosotros escuchamos sus sugerencias y trabajamos para hacerlas realidad.

Y, ¿qué valor añadido ofrece MEIZU para diferenciarse de la competencia?

Pues además de una excelente relación calidad-precio, MEIZU se diferencia por la innovación.

Muchas de las marcas del sector han ido desapareciendo o se están estancando por no diferenciarse del resto.

En nuestro caso, por ejemplo, uno de los grandes valores añadidos es que hemos implementado la carga rápida mCharge a



prácticamente todos los modelos, incluyendo gama de entrada como es el caso del M5s y el M5 Note.

¿Qué diferencias han encontrado en el consumidor en los últimos años? ¿Deben prescribirse ahora sus productos de forma diferente?

MEIZU ya era una marca muy popular entre geeks y portales especializados en tecnología.

La filosofía de MEIZU siempre ha sido la de fabricar productos de alta calidad, la única diferencia es que la expansión internacional ha incrementado nuestra popularidad mediática, permitiendo que nos conozcan más personas.

Realmente la única diferencia que encontramos en nuestro consumidor es que cada vez es más exigente. Esto nos obliga a superarnos cada día.

I+D+i ¿Por qué su compañía es innovadora en este área? ¿Cómo han evolucionado los productos y la marca MEIZU en los últimos años?

La presentación del Super mCharge en el Mobile World Congress nos ha consolidado como una empresa pionera en investigación y desarrollo. De hecho, mientras otros fabricantes aprovecharon el evento para exponer sus últimas novedades, nosotros nos centramos en presentar tecnología. No es una cuestión exclusivamente de competitividad, sino de filosofía corporativa.

MEIZU inicia su actividad fabricando dispositivos MP3 de alta gama y hace tan sólo 10 años que comercializa smartphones. Durante este corto período de tiempo hemos logrado hitos tan importantes como la entrada de Alibaba como inversor y entrar en el Top 10 de marcas más vendidas en el mundo. Los medios de comunicación más importantes del mundo destacan la calidad de nuestros productos y el crecimiento que hemos experimentado.



En cuanto al diseño, ¿cuáles son las últimas tendencias que se están viendo?

Tenemos un estilo fácilmente identificable y muy apreciado por nuestros usuarios, acorde a las últimas tendencias pero sin variar la esencia que nos caracteriza y nos da personalidad. Los dispositivos MEIZU tienen una línea de identidad muy definida, aunque siempre nos esforzamos en arriesgar en los modelos de alta gama como podréis comprobar próximamente en nuestro nuevo lanzamiento.

¿Qué principales estrategias de marketing y de promoción se están siguiendo desde MEIZU para fomentar las ventas?

La entrada de MEIZU en España todavía es relativamente reciente, por lo que el objetivo hasta el momento ha sido la consolidación en el sector retail. Ya hemos conseguido este objetivo y estamos presentes en los establecimientos más importantes del país, además recientemente hemos abierto más

de 100 MEIZU Center en diversas provincias españolas, centros de experiencia que acercan nuestra tecnología al usuario.

A lo largo de todo este tiempo hemos realizado campañas conjuntas con los principales retailers, tanto en punto de venta como online.

También se han desarrollado acciones promocionales en exteriores como, por ejemplo, una campaña de mupis en las principales estaciones de metro de Madrid y Barcelona, paneles luminosos en el acceso a ambas ciudades, hemos realizado vinilado en el TRAMBAIX de Barcelona, etcétera.

¿Con qué nos sorprenderá su empresa próximamente?

El lanzamiento de producto que veremos próximamente será sorprendente. Incorporará una característica innovadora y sorprenderá por las especificaciones técnicas. Por supuesto, y como es habitual en MEIZU, el precio será muy competitivo.

