

Por una **trainera** txuri urdin

Este año ha habido una nueva **trainera** peleando en las aguas de la bahía de la Concha: la **trainera Donostiarra**. Un proyecto valiente al que se han querido sumar **GUPOST** y **EGUNON**, encargándose del diseño y lanzamiento de la campaña de captación de socios/as.

El objetivo de la campaña ha sido unir a 1.000 socios/as a esta nueva **trainera** y podemos decir que pasados dos meses, los resultados no están nada mal: 600 txuri urdines han dado su apoyo a la **trainera Donostiarra**. La campaña sigue en pie y estamos seguros de que para el año

que viene seremos muchos más, ya que como bien dice el slogan de la campaña... **Donostiarrak garelako! Gora Donostiarra trainerua!**

EgunOn y GUPOST, de la mano

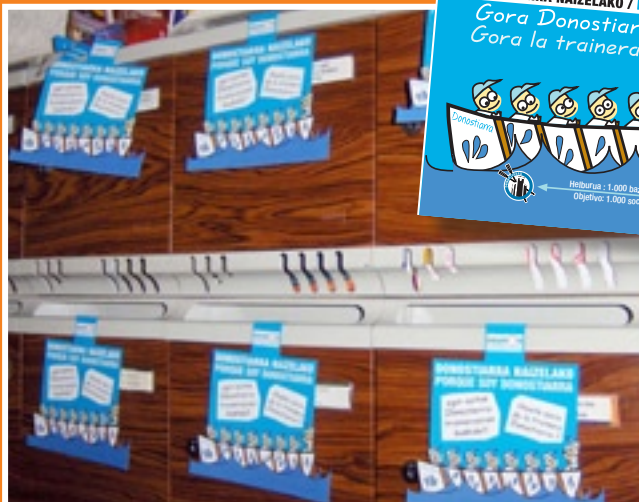
El lanzamiento de la campaña de captación de socios y socias de la nueva **trainera Donostiarra** ha sido en el primer proyecto en el que **GUPOST** y **EgunOn** han colaborado estrechamente, uniendo sus fuerzas para llegar a cada uno de los donostiarras y conseguir el mayor número de socios y socias txuri urdines.

La campaña se ha materializado en el diseño de la imagen, la creación de diversos soportes (folleto para buzones, hoja de inscripción, pegatinas...), la distribución casa a casa en Donostialdea y la coordinación de los puntos de recogida de los buzones para socios/as.



Imagen de la rueda de prensa en el Aquarium de Donostia.

APLICACIÓN DE LA IMAGEN A DIFERENTES SOPORTES





● REALAREN MENDEURRENAREN ZIGILUA

Correos-ek Realaren mendeurrena dela eta, zigilu berezia diseinatu du klub txuri urdinaren ibilbidea ospatzeko. Guztira 340.000 zigilu igorri dira eta irailetik daude salgai. GUPOSTeko zuzendaria, Txomin Alkorta, aurkezpen ekitaldian izan zen eta diseinu berria zigiluz markatzeko arduradunetarikoa izan zen. Honela, ehunka eskutitz Realaren zigilurekin apaindurik helduko dira beren helbidera, gure klubaren irudi eta izaera lau haizetara zabalduz.

● ESTUDIO EUSKALMET

GUPOST ha realizado por tercera vez el estudio de Notoriedad y Usabilidad de los servicios de Euskalmet. Esta vez, además, se le ha ofrecido un tratamiento especial a los servicios Web de Euskalmet, con la intención de conocer las costumbres y el grado de satisfacción de los navegantes.

● EL POSTING, UNA ACTIVIDAD CON MUCHAS OPCIONES

Otro de los temas clave de las Jornadas fue la actividad de posting. El debate postal generado de cara a la liberalización postal del 2011, así como la indefinición de Correos en el apoyo al canal de Entidades Colaboradoras esta provocando que muchos de los centros vinculados a GUPOST hayan empezado a interesarse por esta actividad, bien iniciando la actividad de posting o bien escuchando ofertas de otros Operadores Postales Privados para diseñar una oferta conjunta de cara a los clientes.



JORNADAS GUPOST

Tras las Jornadas GUPOST celebradas hace unas semanas, se ha vuelto a poner de manifiesto la necesidad de apoyarnos entre los diferentes centros ligados a GUPOST, sobre todo en lo referente a aspectos comerciales, productivos, organizativos, administrativos, etc.

Y es que cada vez son más los proyectos que, tras presentarlos en un centro, pueden ser extrapolados a otras localidades, aprovechándonos así de todo el conocimiento generado y pudiendo implantar el proceso con mayor celeridad (y minimizando, además, el número de errores o ineficiencias).

De esta forma, el desarrollo de nuevas líneas de servicio o productos se hace ya desde una perspectiva global, llevando a cabo

un análisis sobre el encaje que el nuevo producto o servicio pueda tener en toda la Red GUPOST. Ninguna empresa del sector posee una capilaridad de ventas tan fuerte como GUPOST, lo que implica una rápida difusión de los nuevos servicios a implementar en nuestro portafolio.

El nuevo sitio Web de www.gupostonline.com, que le ofrece al cliente la posibilidad de adquirir determinados productos directamente, sumado a su alta calidad de posicionamiento en buscadores en función de determinadas palabras clave, exigirá a todos los centros GUPOST un mayor grado de coordinación y atención local a los clientes captados mediante este canal.



TARJETA CIUDADANA DE SAN SEBASTIÁN

GUPOST va a encargarse del servicio integral de la TARJETA CIUDADANA del Ayuntamiento de San Sebastián, trabajo que iniciará en las próximas semanas. El servicio integral consta de los siguientes procesos: recogida de documentación, creación de la plataforma informática ad hoc a los requerimientos de la campaña, grabación, digitalización y validación de la documentación entregada, gestión de incidencias, emisión de llamadas, generación de base de datos, informe final y entrega de la documentación.

«GUPPOST no tiene nada que ver con la empresa que era hace diez años»

Tiene 38 años y es director de GUPPOST Navarra. Comenzó a trabajar en nuestra empresa en el 2000, aunque a los dos años le ofrecieron un puesto de dirección en una compañía de logística y decidió probar suerte allí. Sin embargo, hace dos años decidió volver; GUPPOST había evolucionado y Javi afrontaría el reto de hacerse cargo de la delegación de GUPPOST en Noain, cerca de Pamplona.

Cuéntanos, ¿cómo ha sido tu trayectoria en GUPPOST?

Yo empecé en el año 2000 y después de dos años, dejé mi puesto para incorporarme a un puesto de dirección en otra empresa. Hace un tiempo, recibí la llamada del director general de GUPPOST Txomin Alkorta explicándome el nuevo proyecto que tenía para GUPPOST. Y no me lo pensé; el proyecto me convenció y decidí volver. Además, sentí que GUPPOST podía ayudarme a desarrollar mis inquietudes profesionales, porque si algo tiene GUPPOST es un abanico muy amplio de actividades.

Además de ampliar su plantilla, ¿crees que ha cambiado mucho GUPPOST en los últimos años?

GUPPOST ha evolucionado enormemente en los últimos años. No tiene nada que ver con la empresa que era hace diez años. Entonces estábamos muy enfocados a la publicidad directa o el marketing directo; hoy en día no hacemos más que reinventarnos y apostar por ofrecer nuevos servicios. Hemos ganado posición frente al cliente, que ahora sabe ver nuestro valor añadido y quizás hace unos años no.



GUPPOST Navarra nació en 1990, fruto de la adquisición de otra empresa de marketing. El primer equipo de trabajo estaba formado por 7 ó 8 personas, trabajadores de la antigua empresa. Con el tiempo el equipo fue creciendo y hoy en día lo formamos 65 personas, la mayoría personas con discapacidad.

¿Cómo está el mercado hoy en día?

Evidentemente está complicado. La crisis marca nuestras conversaciones y somos conscientes de que debemos pelear más que nunca. En el caso de GUPPOST, creo que la crisis nos acecha desde diversos puntos; por una parte, la mayoría de nuestros clientes son grandes y medianas empresas, empresas que justamente son las más afectadas por la actual situación económica. Por otro lado, no debemos olvidar que las nuevas tecnologías están haciendo que el papel desaparezca, algo que nos afecta enormemente, pues el papel es una de las bases de nuestra producción.

¿Ante estos cambios de mercado, cómo reacciona GUPPOST?

Subiéndose al tren, justamente. Existen dos opciones; o lo ves pasar o te montas. Y GUPPOST ha hecho una clara apuesta por adaptarse al mer-

cado; prueba de ello es, por ejemplo, la puesta en marcha de GUPPOST Online, que nos permitirá llegar de manera más eficaz y rápida a nuestros clientes. Estos cambios nos permiten mantenernos en el mercado y lo que es más importante, mantener nuestros puestos de trabajo. No hay que olvidar que como empresa del Grupo Gureak esa es nuestra misión principal.

¿Cómo ves el futuro de GUPPOST?

Con mucha proyección en cuanto a nuevos servicios y productos propios que podamos ofrecer al mercado. En el caso de Navarra, estamos en un momento de relevo generacional. Estamos muy bien posicionados, abarcamos el 80% del mercado navarro y tenemos que seguir trabajando para crecer y ofrecer contratos largos a empresas, pues es lo que al fin y al cabo nos da estabilidad.

NOS HAN VISITADO • • • GUPOSTERA HURBILDU DIRA



Arantxa Laskurain, directora de Consumo de Eroski.



Alberto, gerente de Urbil



Edorta Juaristi, gerente de Garbera



Representantes del departamento de marketing de Repsol YPF Europa



Estibalitz Esteibar, responsable de comunicación de la asociación Euskal Herriko Bertsozaleen Elkartea



Responsables de la red de tiendas Ikatz



Joseba Bastida Aguirre, Director de Sistemas en Seguros de Lagun Aro

NOTICIAS DE LA RED

● Desde Asturias...

APTA, la franquicia de GUPOST en Asturias, acaba de inaugurar FUNPRINT, una tienda de consumibles de oficina, cartuchos de tóner, revelado digital, impresión de camisetas, envío de fax, etc., situada en el Centro Comercial Los Fresnos de Gijón.

● Desde Albacete...

AMIAB, la franquicia de GUPOST en Albacete, ha incorporado recientemente a las instalaciones de Caja Rural a personal cualificado para efectuar la digitalización de un millón de documentos.

● Desde Lleida...

SHALOM, la franquicia de GUPOST en Lleida, participó hace unas semanas en la Feria Municipalia, la feria líder en el sector de equipamientos y servicios urbanos. La muestra tuvo lugar del 20 al 23 de octubre y nuestros/as compañeros/as de SHALOM no quisieron perdersela y aprovecharon la ocasión para presentar al público asistente sus productos y servicios.