

ACL-Directpromo, la referencia en campañas promocionales y de fidelización

La promoción es el elemento de marketing más eficaz para impulsar y reactivar las ventas a corto plazo, necesaria en situaciones de reducción del consumo como la actual, en la que además se está adaptando a las nuevas tecnologías para reforzar su protagonismo en el mercado. En esta coyuntura, ACL-Directpromo lleva dos décadas realizando campañas promocionales especializadas, en las que aporta un servicio de calidad, profesional y personalizado, factores que le han posicionado en lo más alto del sector.

El origen de ACL-Directpromo se remonta a 1990, cuando Antonio Consola creó esta empresa que inició su actividad actuando como promotora de acciones de venta financiada para bancos y cajas de ahorros, además de llevar a cabo el desarrollo de campañas de captación de recursos para estos clientes. A lo largo de su trayectoria ha trabajado para prácticamente todas las entidades del mercado nacional, promocionando productos tan diversos como máquinas de limpieza a vapor (casi 100.000 unidades), menaje del hogar, electrónica de consumo, equipos de música, televisores, videocámaras, ordenadores,...

La compañía siempre ha estado a la vanguardia de las necesidades y demandas de la sociedad, y por ello incorpora a su catálogo constantemente nuevos productos de éxito. De hecho, en 1996 fue designada por Telefónica Móviles como empresa asociada para el desarrollo con terceros de su actividad promocional, distribuyendo más de 350.000 terminales Moviline en diversas acciones de promoción con todo tipo de empresas. Asimismo, en los últimos años ha introducido productos como televisores LCD, cámaras digitales, MP3, MP4, videojuegos, navegadores GPS,.... Como señala Nuria del Mazo, Directora del Departamento Comercial de ACL, "somos una empresa multiproducto, y que nos hemos ido adaptando en cada momento a los productos más actuales, eligiendo aquellos que son ideales para las acciones promocionales de cada cliente."

Su experiencia en el sector financiero pronto le abrió las puertas a otros sectores –seguros, alimentación, energía, servicios, industria,....–, y en la actualidad es una empresa especializada en catálogos promocionales y de fidelización, con un servicio integral propio que abarca todas las funciones de desarrollo necesarias: desde la estrategia de las acciones hasta la

distribución, disponiendo de un almacén propio y un call center integrado. De hecho, ACL está certificada según la norma ISO 9001 en cada una de las partes que componen su actividad –especialmente en el picking, la distribución del producto y la asistencia al cliente–, y cuenta con un sistema auditado por la Ley de Protección de Datos para garantizar la confidencialidad de la información ajena que gestiona.

Para proporcionar la máxima cercanía a sus clientes, además de su sede central en Sabadell (Barcelona), ACL dispone de una delegación propia en Madrid, y recientemente ha abierto una sucursal en Portugal, donde se encuentra en la actualidad posicionando su presencia, con unas perspectivas óptimas a corto plazo.




Servicio integral

ACL aporta a sus clientes un elevado valor añadido, ya que está concebida para actuar únicamente en temas promocionales y de fidelización, pudiendo concentrar todos sus esfuerzos en prestar un servicio ágil, de calidad y transparente: todos los clientes pueden acceder en tiempo real a la evolución de sus pedidos, inclusive al albarán de entrega final del producto. Del mismo modo, los clientes finales también se benefician de la calidad de su servicio: todos los productos se envían retráctilados y convenientemente identificados con la imagen del promotor, y disponen de garantía de satisfacción y asistencia técnica sellada.

Como sentencia Antonio Consola, fundador y Gerente de ACL, "muchos competidores ofrecen un precio menor a costa de reducir la calidad del servicio, pero en materia promocional y programas de fidelización, es esencial que la empresa elegida asegure una capacidad suficiente para asumir el servicio y dar una respuesta adecuada a la dimensión de la propia acción, y más en los momentos de actividad punta que siempre se producen".



Por otra parte, la valía de sus profesionales es otro elemento clave en el éxito de la compañía, que cuenta con un equipo humano formado por más de 50 personas especializadas. Para ello, ACL lleva a cabo un intenso programa de formación continua, mejorando sus conocimientos especialmente en el ámbito comercial y en la adaptación a las nuevas tecnologías. De forma paralela, la compañía invierte constantemente en el desarrollo de software y comunicaciones para mejorar y adaptar su servicio a los cambios del mercado. En este sentido, a través de una aplicación online los clientes pueden realizar la gestión de su catálogo de puntos, y próximamente presentará una plataforma avanzada que supondrá una verdadera innovación en el sector; ya que a través de mejoras adaptables a los sistemas de gestión CRM permitirá canalizar todos los aspectos relacionados con las campañas.

De cara al futuro, el objetivo de la compañía es consolidar y aumentar su posición de liderazgo, pasando de la facturación actual –directa e intermediada– de 18 millones de euros hasta un total de 30 millones en tres ejercicios. Para lograrlo, la compañía tiene claro que su misión es seguir proporcionando la máxima seguridad y confianza a sus clientes, aportando un catálogo más amplio de productos y un servicio de calidad y cercano que refuerce la estructura de marketing de las compañías. 



ACL-Directpromo, S.L.
Tel: 93 712 3848
Fax: 93 710 5971
www.acl-directpromo.com