



Mercado

Luego de la fuerte retracción de 2001, el mercado de notebooks y PC's en la Argentina entró en una curva de crecimiento vertiginoso, con tasas superiores al 30% anual, para cerrar un 2006 a un volumen de casi 1.500.000 de unidades vendidas en el país. Dentro de ese mercado el segmento de notebooks se consolidó como la estrella del año, creciendo a una tasa del 100%.

La posición de HP, específicamente para el grupo de sistemas personales dentro del mercado, es de liderazgo absoluto, habiendo obtenido el primer lugar tanto en el segmento de PC's como en el de notebooks.

El dato más relevante es que en el segmento de notebooks ingresaron nuevos players en el mercado, totalizando 17 marcas participantes. No obstante, HP cerró un año con un éxito sin precedentes, obteniendo un aumento del 40% interanual de participación.

Logros

Además del éxito comercial logrado en 2006, uno de los mayores logros del año estuvo ligado al cambio de imagen y reposicionamiento de la marca para sus líneas de PC's y notebooks.

El reposicionamiento se basó en un replanteo orientado a generar una mayor cercanía con el consumidor final con foco en las nuevas

generaciones.

Luego de una serie de investigaciones de mercado se llegó a la conclusión de que la imagen de la marca estaba un tanto envejecida, para lo cual se debía desarrollar un nuevo código de comunicación basado en sus valores, pero mucho más actual. Para ello se trabajó en el desarrollo de un concepto emocional, dado que el plano racional seguía siendo inmejorable. Lo que se buscó, pues, fue principalmente mejorar la preferencia y el deseo sobre la marca.

Para lograr esto se convocó a un grupo de 16 ejecutivos de marketing de HP a nivel mundial, donde la subsidiaria de Argentina tuvo el privilegio de ocupar uno de esos lugares.

Se trabajó junto con la agencia de San Francisco Goodby, Silverstein and Partners y con Cool Hunters para identificar tendencias.

Como resultado se obtuvo una nueva estética de estilo Pop Art, tipografías retro y una mano como vehículo de comunicación.

También de aquí nació el nuevo slogan de la marca: "La computadora ahora sí es personal".

Para el lanzamiento de la campaña en la Argentina se utilizó una estrategia de guerrilla copando el centro porteño -más precisamente el Obelisco- donde se colocaron manos gigantes con el nuevo slogan y se generaron acciones de prensa de fuerte repercusión, de modo tal que más de 12 radios y tres programas de televisión dieron una fuerte cobertura al lanzamiento.

De allí que el realizado en el país sea considerado el mejor lanzamiento de HP en todo el mundo.

Historia

HP fue creada por dos estudiantes universitarios, Bill Hewlett y Dave Packard, en el garage de la casa de uno de ellos, en 1939. Hoy, la compañía provee soluciones de tecnología para consumidores, empresas e instituciones a nivel global.

En los cuatro trimestres fiscales que terminaron el 31 de octubre de



Bill Hewlett y Dave Packard en la puerta del Garage donde tuvo lugar el comienzo de la empresa

2006, los ingresos de HP a nivel mundial sumaron 91.700.000.000 de dólares.

Producto

La empresa posee la oferta de productos más completa del mercado. Sólo en la Argentina lanza un promedio de 70 al año.

HP participa en las categorías de PC's, notebooks, iPAQ's, impresoras, multifuncionales, cámaras digitales, servidores y almacenamiento.

Desarrollos recientes

Recientemente HP introdujo en el mercado argentino su primer dispositivo de telefonía celular del segmento Smartphones.

La iPAQ 6900 es un sofisticado dispositivo de comunicación que trabaja excelentemente





con las soluciones de teléfono integrado, Wi-Fi y correo electrónico, y funciona con el radio GPS integrado, cámara fotográfica y reproductor de MP3.

Además desarrolló la nueva Pavilion tx1030, una notebook de alta gama con grandes cambios en cuanto al diseño con la cual el usuario puede girar su monitor 180° y usarla como pizarra, gracias a su prestación de touch screen en conjunto con el lápiz que trae incorporado.



Promoción

HP ha desarrollado una acción de co-branding junto con las firmas 47 Street, Vevû y Laura Driz, consistente en el desarrollo de un bolso porta notebook por parte de cada una de las marcas de indumentaria, donde se le incluyó al diseño la imagen de HP.

A su vez, esos bolsos fueron exhibidos y comercializados en sus locales y los clientes que compraron artículos en ellos accedieron a importantes descuentos en la línea de productos

de HP.

También, como parte de esta acción, HP pudo comunicar esta campaña a través de las vidrieras de estas empresas.

Siguiendo con la incursión dentro del mundo "fashion", HP hizo durante el 2006 diferentes lanzamientos de productos junto a celebrities del espectáculo.

En el lanzamiento de las notebooks HP Pavilion se contó con la presencia de Matías Martin, Úrsula



con nuestros clientes, y nuestro trabajo siempre comienza con sus aspiraciones. Eso crea las mejores soluciones para ellos y las relaciones más sólidas de clientes para nosotros".

- "Nosotros somos directos y auténticos en todo lo que hacemos, porque respetamos a las personas y entregamos un valor claro para ellas".
- "Nosotros creemos en las aspiraciones de nuestros clientes y tenemos confianza en nuestra capacidad para ayudar a tornarlas realidad".
- "Ofrecemos maneras más inteligentes de trabajar y vivir".
- "Somos amigables, fáciles de aproximar y hacer negocios".
- "Hacemos lo que expresamos".
- "Nos preocupamos por nuestros clientes y los tratamos con respecto".
- "Nuestra herencia está construida con calidad y confiabilidad".

www.hp.com.ar

Lo que usted no sabía sobre
hp

- El primer cliente que dio origen a la formación de la compañía fue ni más ni menos que Walt Disney.
- El primer producto que fabricaron Bill Hewlett y Dave Packard fue un HP Modelo 200B: un oscilador de sonido -que es un instrumento electrónico de prueba, utilizado por los ingenieros de sonido-, desarrollado para participar en una feria de ciencias en la universidad. En esa feria, Disney quedó fascinado con el producto y adquirió ocho osciladores para desarrollar y probar un innovador sistema de sonido para un proyecto que revolucionaría al cine: la película Fantasía.

