

pikolin
grupo

El Valor de la Marca

INDICE

¿Quien somos?

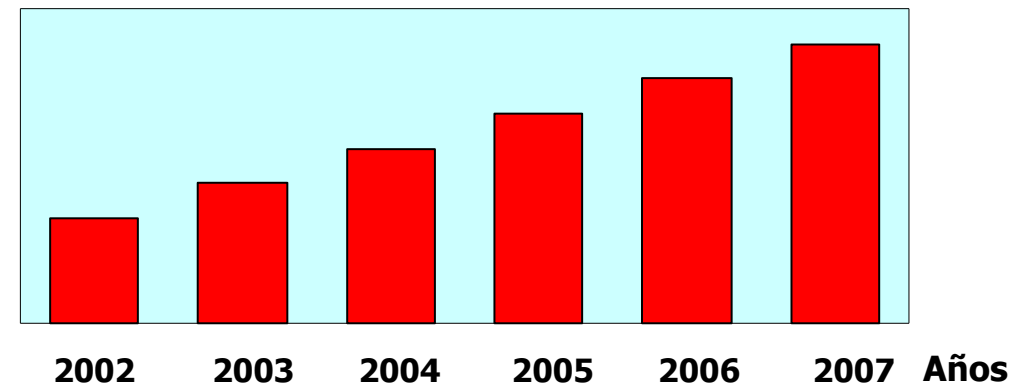
HOY

- Hoy **Pikolin** es el **grupo líder del sector descanso** en **España, y Portugal**, y cuenta con una importante presencia en el **mercado Francés**.



El Grupo en cifras:

- **Facturación en 2007: 300 millones de €**
 - 32% cuota de mercado en España**
 - 24 % cuota de mercado en Portugal**
 - 25% cuota de mercado en Francia**













• **2.300 empleados.**

• **8 plantas industriales.**

HOY

Grupo Pikolin está compuesto por las siguientes marcas comerciales:

| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|---|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1958 | 1985 | 1988 | 1990 | 1998 | 2000 | 2001 | 2002 | 2004 | 2006 |

Mapa de posicionamiento de marcas



Pilar de nuestro éxito:

La apuesta por el valor de la marca



**Con un objetivo:
El descanso de nuestro cliente**

La apuesta por el valor de la marca

La constante evolución de la **tecnología**

+

El **escaso contacto con la categoría**
por los largos plazos de compra

=

**Necesidad por parte del consumidor de
UNA MARCA
que garantice su compra**

La apuesta por el valor de la marca

Pasamos un tercio de nuestra vida durmiendo.



DORMIR ≠ DESCANSAR

La compra se convierte en una decisión difícil

La apuesta por el valor de la marca



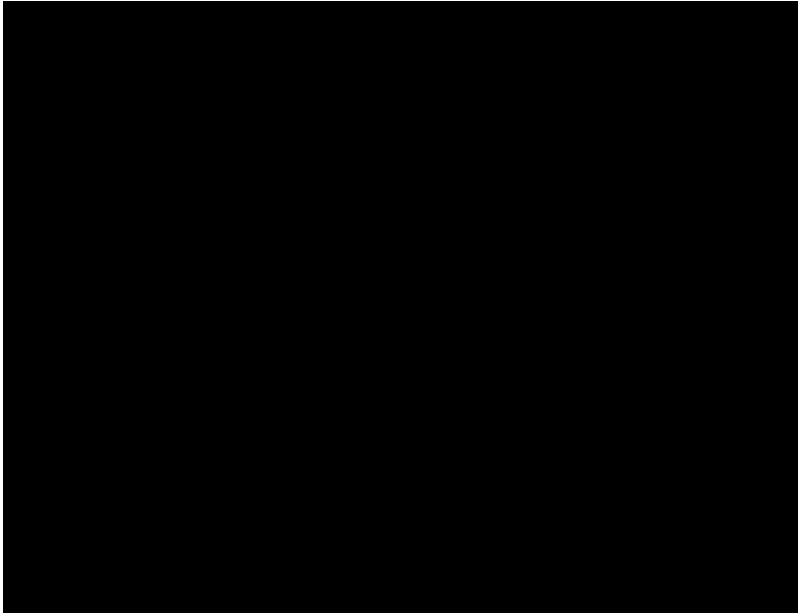
despierta tu salud

La apuesta por el valor de la marca

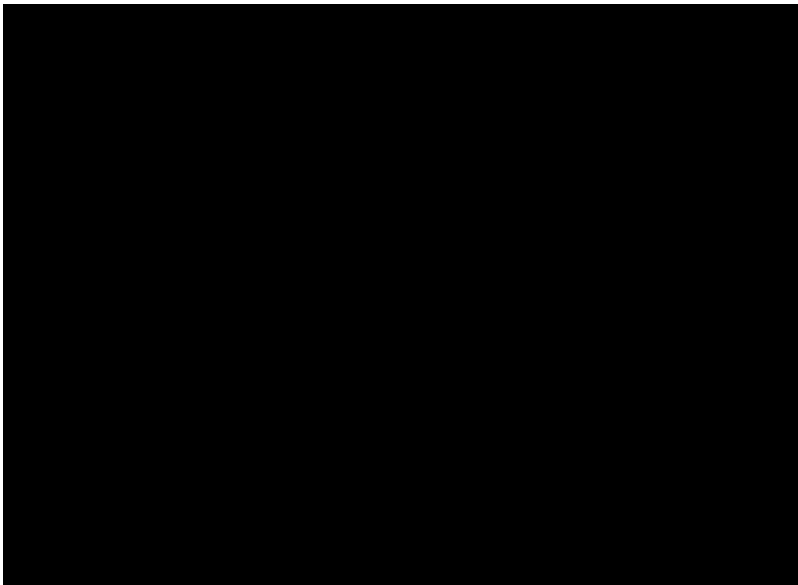
nikolin
grupo



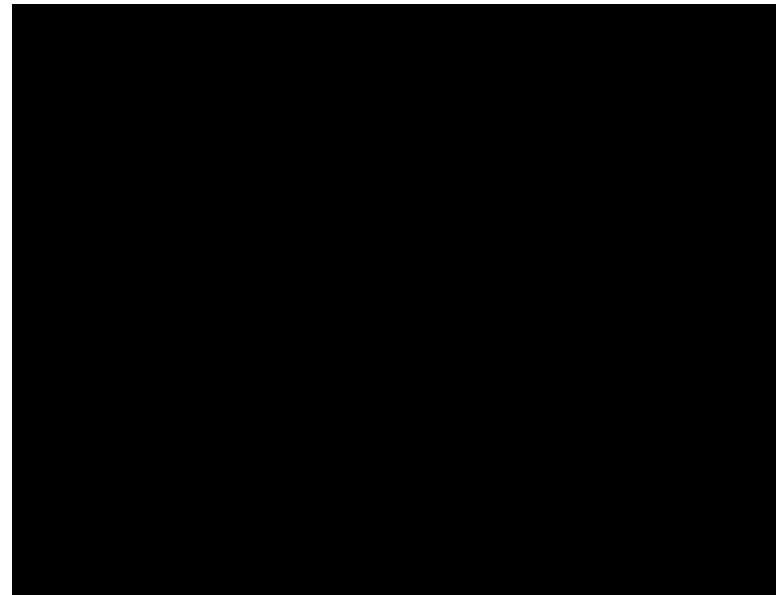
A mi plin
yo duermo
en Pikolin



1
9
6
7



2
0
0
2



2
0
0
7

La apuesta por el valor de la marca

Marca con
altísimo reconocimiento
(98%)



Líder de mercado
con un 30%
de cuota en facturación.

Alcanzado mayor top of mind del mercado

- Es el principal motor de la compañía, con un posicionamiento generalista, con amplitud de tecnologías, y un amplio rango de precios.
- Posicionamiento en el territorio de la salud. Ofrece una salud moderna, preventiva e integral.



Nuestra comunicación tiene como objetivo reforzar la imagen de marca bajo la estrategia de producto.

Es decir una comunicación vendedora y racional que clarifique al consumidor sobre las tecnología y materiales disponibles, ofreciéndole un beneficio en su salud como principal motivador de compra.

La apuesta por el valor de la marca

Haz

pikolinterapia

La apuesta por el valor de la marca



**Disfruta del confort de las nuevos materiales y
“Despierta tu Salud”**

La apuesta por el valor de la marca

pikolinterapia



La apuesta por el valor de la marca



Dada la **diversidad de tecnologías del mercado**, Pikolin tiene el compromiso desde su liderazgo, de:

- **Prescribir la tecnología mas adecuada para un correcto descanso, NormaActive**
- **Dotar a la marca de valores emocionales que convivan con un compra muy racional: colchón solidario**



Homenaje a mujeres que hayan superado la enfermedad, colaborando con la AECC.
Gran impacto en medios.



aecc
Contra el Cáncer

mucho
vivir

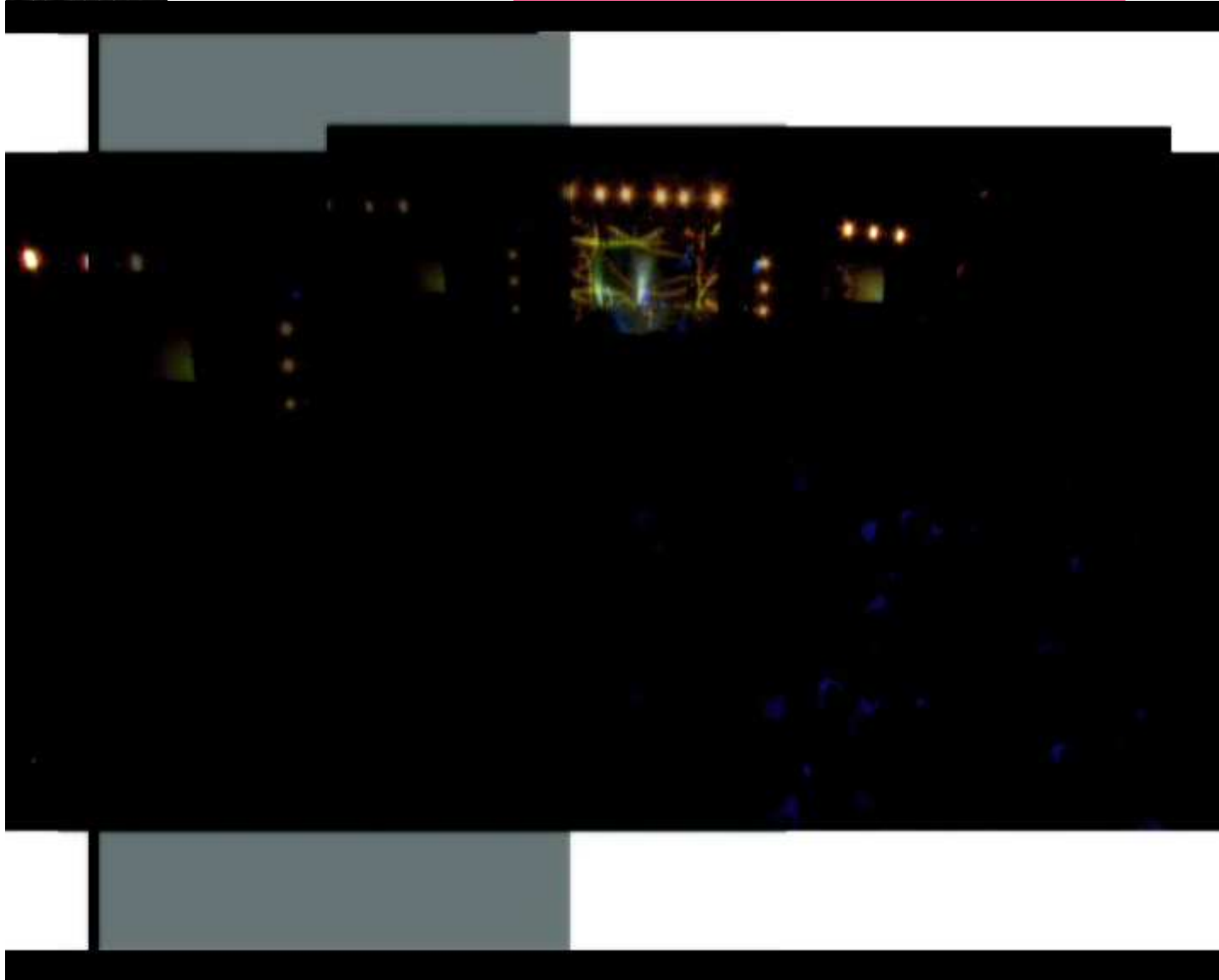




La apuesta por el valor de la marca



Concierto solidario





La apuesta por el valor de la marca

pikolin
grupo



pikolin 20 

