

Vinilos y murales que decoran las paredes de España e Italia

Banner Imagen, con sede en Monzú, vende sus productos en Internet

J. ARNAL

HUESCA.- La tendencias en decoración amplían sus horizontes con nuevas propuestas como las que desde hace unos años ofertan desde una empresa de Huesca, Banner Imagen S.L., que comenzó hace más de una década con la creación de rótulos para carteles y coches, pero en los últimos tres años, tras comprobar la respuesta que su empresa tenía en la red, apostaron por aplicar sus técnicas y medios a la fabricación y venta de decoración de interiores y fotomurales para paredes de viviendas, locales u oficinas. Tanto por el número de visitas a su página web, www.teleadhesivo.com, como por su posicionamiento, este negocio se ha hecho un hueco en las revistas de decoración más conocidas.

Una panorámica de Nueva York, frases populares del cine o motivos infantiles llenan muchos de los hogares españoles e incluso italianos gracias a los productos de esta empresa. "Vimos que ese tema se estaba empezando a lanzar y vimos más posibilidades de mercado con los mismos métodos", apunta Ignacio Puyuelo, uno de los socios. Cuando comprobaron el crecimiento de los pedidos hace unos tres años, decidieron que su web, la cual comenzó como "un entretenimiento", fuera su plataforma de lanzamiento.

Del pequeño local alquilado en el centro de Huesca y el andamio con el que disponían en los primeros años para el montaje de los rótulos de establecimientos, han pasado a una nave de 500 metros cuadrados en el polígono Monzú de la capital oscense, dividida en dos plantas en las que elaboran los vinilos, atienden a los clientes y gestionan los pedidos. Diez años en los que han incorporado las mejoras y adelantos en todos los sectores de la empresa, desde la atención al cliente hasta la gestión de los pedidos o los sistemas y formatos de impresión. Con nueve empleados, además de los dos

socios, entre los que hay cinco diseñadores gráficos responden a las peticiones recibidas a través de Internet y el teléfono, un 90 por ciento nacionales, de los que el 30 por ciento representa los fotomurales.

POSICIONAMIENTO

Desde el comienzo, el posicionamiento ha sido una de los aspectos en los que más atención han puesto, no sólo ampliando y mejorando su web, sino creando nuevos espacios en la red en los que darse a conocer y ofrecer más información y servicios a sus usuarios. Ha sido, dice el otro socio, Alejandro Soro, el resultado de "la lucha de muchos años" pero "es evidente que, cuantas más visitas tengas, más aumentas". Internet ha sido su mejor plataforma con productos que "son fáciles de distribuir". Llegan a cada cliente embalados en tubos que los protegen de cualquier golpe o deformación, con la misma calidad con la que fueron diseñados. Así, simplemente, cuando uno recibe el paquete, hay que extraer el mural y colocarlo en el lugar que se desee de forma rápida.

El interés que despiertan se refleja en las 361.000 visitas que recibieron en agosto, lo que supone un promedio de 11.650 al día, según los datos que recoge Urchin, el software de análisis web del buscador más importante de la red, Google. En sus gráficos también aparece en número de páginas vistas, es decir, el número de ocasiones que el explorador de un visitante ha mostrado la página web, en este caso, en casi 10 millones de ocasiones. Asimismo, el ranking de Alexa, un directorio mundial de página web, la sitúa en las primeras posiciones al introducir en el buscador la palabra clave "Huesca".

Aparte de las cifras digitales, los números que muestran los beneficios al final de año siguen el mismo camino, aunque en 2010 han disminuido los pedidos que todavía están en un nivel elevado. Puyuelo asegura



Alejandro Soro e Ignacio Puyuelo, socios y propietarios de Banner Imagen, delante de uno de sus murales. PABLO SEGURA



Uno de los técnicos prepara varios de los vinilos que luego se reparten por servicio de mensajería. PABLO SEGURA



La empresa ya cuenta con su propio espacio en youtube, con videos explicativos y modelos de decoración. D.A.

que al término de cada ejercicio han aumentado las cifras, hasta llegar al 70 por ciento. "Este es el primer año en el que nos hemos quedado estancados", lo que, por otro lado, les ha permitido potenciar su web -disponible en cinco idiomas- y abrirse paso en el portal youtube, donde han colgado videos explicativos y anuncios promocionales.

En el primer caso, recuerdan, disponen del sello de confianza 'on line' que asegura que todas las empresas adheridas han asumido voluntariamente unos elevados niveles de compromiso ético y responsabilidades merecedoras, por tanto, de una mayor confianza y, si se diera el caso, facilita la presentación de cualquier queja.

No faltan las redes sociales y cualquier novedad que surja, las cuales conocen en las ferias de Internet que no se pierden. "Han sido unos años muy estresantes- declara Soro-, pero ahora podemos ir metiendo caña a la página web y mejorar cosas que teníamos flojas" para "seguir aumentando" las ventas, añade Puyuelo.