

# Ruta Abierta

63 — Mayo 2016 - Ruta Abierta, la revista de la Red Tipsa



**TIPSA**

Con la ilusión del primer día

La Red Tipsa da un paso más en su evolución cambiando su logomarca y su imagen.

Porque para TIPSA... Cada envío es una aventura apasionante.

## Visión — Evolución



Marisa Camacho Iniesta — Consejera Delegada de TIPSA



@TIPSA\_red

**OPINA— #conla ilusion del primer dia**

**TE INVITAMOS AL CINE!!!**

*Sólo tienes que opinar en redes sociales acerca de uno de los temas de Ruta abierta con el hashtag que proponemos y ser el favorito de la red.*

No ha sido fácil despedirnos del “muñeco TIPSA”. Ha sido un fiel compañero de viaje y ha sido la imagen de nuestra Red desde el comienzo, pero los tiempos cambian, el mercado no para de adaptarse a los nuevos tiempos y la Red TIPSA está creciendo y adaptándose a su nuevo estatus en el mercado.

Y es que hoy TIPSA es la nueva referencia. En pocos años hemos pasado de esa pequeña empresa de mensajería a ser una de los grandes jugadores de nuestro mercado con cifras que avalan nuestro crecimiento.

Hemos sabido combinar la fortaleza empresarial con continuas reinversiones que nos permiten hoy ser líderes en infraestructuras y en tecnología. Contamos hoy con más de 270 Delegaciones y con una red que combina rutas primarias y capilaridad de tal manera que podemos llegar en tiempo record a cualquier rincón de nuestro territorio, incluidas las islas. Hoy podemos mirar a cualquiera de las grandes sin complejos y competir con las armas que siempre han sido los pilares de nuestro éxito – dinamismo, empatía, honestidad, precio competitivo y un servicio de calidad a toda prueba. Otros no pueden decir lo mismo, y nos vemos obligados a competir con grandes grupos, que todos conocemos, y que usan el dinero de todos para competir por precio a la vez que no ofrecen ningún valor a los clientes.

Tras las inversiones en infraestructuras de los últimos meses, y con la nueva posición estratégica que ocupamos, había llegado el reto de dar al mercado una nueva imagen. Una imagen renovada y que expresara a la perfección los valores de la TIPSA de hoy. Pues bien, en esas estamos y, aunque gradualmente y con la prudencia que nos caracteriza y que nos hace fuertes, hemos presentado hace unos días el nuevo logotipo de TIPSA. Sobre gustos no hay nada escrito, pero, hasta hoy, los comentarios son muy positivos y alentadores.

Tenemos una nueva imagen y una nueva historia que contar por eso hemos querido que el nuevo logotipo coincidiera con una nueva idea creativa que cuente a nuestros clientes actuales y a los que vamos a captar en breve - ¿Por qué vamos a captar muchos nuevos clientes, no? – cuál es nuestro ADN.

Y es que si algo hemos sabido hacer mejor que nadie y ha sido determinante en el crecimiento de TIPSA ha sido que todos vosotros habéis sabido entender que cada día tenemos que enfrentarnos a nuestro trabajo cargados de ganas. Que sabemos lo importantes que son los envíos para nuestros clientes y que devolvemos la confianza que depositan en nosotros con esfuerzo y tratando sus envíos como si fueran nuestros.

Y es que esto solo es posible manteniendo intacto nuestro espíritu, nuestra fórmula del éxito. Esto solo es posible si mantenemos LA ILUSIÓN DEL PRIMER DÍA.

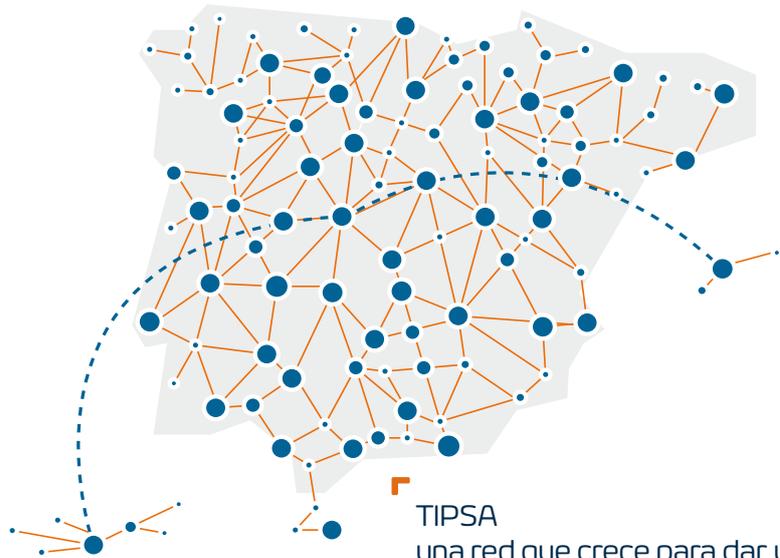
100% COBERTURA DEL TERRITORIO NACIONAL, INSULAR, ANDORRA Y PORTUGAL

Disponemos de la mejor red capilar y contamos hoy con más de 270 agencias asociadas a una red líder.

Llegamos a más de 8.100 poblaciones en tiempo record

120 RUTAS RÁPIDAS

270 AGENCIAS



TIPSA  
una red que crece para dar un servicio de máxima calidad

## LA NUEVA IMAGEN DE MARCA LLEGA A LA RED TIPSA

Presentamos el prototipo de la nueva imagen para agencia de la Red Tinsa

La implantación de la nueva imagen será gradual y adaptada a cada una de las delegaciones - agencias. La aplicación de la nueva imagen ha comenzado en el mes de Abril.



# UNA ATENCIÓN AL CLIENTE EXCELENTE

FUENTE \_ TIPSA



TIPSA EXCELLENCE

## *Saber “escuchar” y saber “hablar” con el cliente. La fórmula TIPSA*

El éxito de la Red TIPSA en los últimos años ha sido el resultado de combinar solidez empresarial con un servicio excelente y adaptado a las necesidades de nuestros clientes. Desde el punto de vista del servicio, cubrimos todo el territorio nacional, Andorra y Portugal en tiempos garantizados y con unos índices de calidad avalados tanto por nuestra auditora interna como por las todas las Certificaciones de calidad imaginables.

Pero nuestro éxito viene determinado por la SATISFACCIÓN de nuestros clientes y como queremos que este continúe por mucho tiempo y sea contagioso, hemos considerado estratégicamente necesario poner en marcha un programa que determine que el contacto con nuestros clientes y, por consiguiente, las percepciones de calidad del servicio lleguen a un nivel de excelencia que sea la envidia de la industria.

El programa “TIPSA Excellence”, diseñado junto con los expertos de CEGOS España, busca la implantación en nuestra Red de prácticas, talleres de formación y sistemas de control para conseguir la Excelencia en la Atención al Cliente potenciando competencias como:

- **Adaptación/flexibilidad:** Predisposición para adecuarse a situaciones nuevas o cambiantes como las nuevas exigencias del eCommerce, y reaccionar positivamente – Saber Escuchar al Cliente y Aadaptarse a sus requerimientos.
- **Orientación al logro:** Motivación para alcanzar y superar los resultados previstos por TIPSA en la satisfacción de los clientes. Gestionando adecuadamente las herramientas de gestión y procesos de calidad.
- **Autocontrol:** Capacidad para dominar situaciones difíciles en la gestión de incidencias adoptando firmeza y confianza en sus propias potencialidades a la vez que empatizamos con el cliente. Escuchar y aportar soluciones inmediatas evitando reacciones emocionales.

El programa hará hincapié en la capacidad de nuestra Red para reforzar nuestros valores cuando interactúa con los clientes - agilidad, dinamismo, adaptabilidad, reciprocidad y evolución continúa.

Una oportunidad para caminar hacia una empresa altamente efectiva a partir de profesionales altamente efectivos como tú y el equipo con el que trabajas.

En cuanto a las funciones de los responsables de los equipos de Atención al Cliente de cada una de las delegaciones-agencias, el programa reforzará la posición del delegado TIPSA en cuanto a:

- **Compromiso:** Voluntad e interés por comprometerse con las necesidades de los clientes del TIPSA y metas de la compañía.
- **Trabajo bien hecho:** Aquel que por su propia naturaleza nos brinda satisfacción personal cuando lo realizamos y ese sentimiento se comparte con quien es el beneficiario de esa labor, su equipo y los clientes.

El itinerario formativo está diseñado para la persona responsable de atender al cliente a través del teléfono en la delegación y tendrá tres fases:

1. **Encuesta y Diagnóstico:** Saber qué opina y en qué piensan debemos mejorar.
2. **Prewrite:** Avanzamos contenidos de los talleres formativos para optimizar las sesiones formativas.
3. **Talleres Presenciales:** El momento de la formación práctica. Los expertos formarán a los equipos de atención al cliente desarrollando sus habilidades y capacidad empática.

TIPSA realiza con TIPSA excellence un gran esfuerzo humano, económico y organizativo que consideramos una inversión en CALIDAD y SATISFACCIÓN del cliente. Nuestra gente de Atención al Cliente es en última instancia el contacto con los clientes, son parte esencial de que los clientes perciban que NOS GUSTAN SUS ENVÍOS.



## LA IMPORTANCIA DE ESCUCHAR — @TIPSAteescuchamos

FUENTE\_ TIPSA

Cada vez es más importante para las empresas que sus clientes tengan una buena experiencia de marca para conseguir su fidelidad. Los clientes ya no sólo necesitan que el producto se adecúe a sus necesidades, sino que también necesitan que sean las propias marcas las que se preocupen por ellos. Tienen que tener la certeza de que van a ayudarles en aquello que necesiten. Y en este sentido, la atención al cliente juega un papel muy importante. Esto podemos deducir del estudio elaborado por Achieve Global sobre la importancia de la atención al cliente de las empresas y del impacto de las malas experiencias sobre la reputación de la propia marca.

Este estudio asegura que cerca del 40% de los encuestados indicó que había hablado mal de una marca tras haber tenido una mala experiencia. El 50% afirmó que probaría los productos de una empresa de la competencia y el 93% de los encuestados afirma que si las experiencias negativas se volvieran a producir, abandonarían definitivamente a la marca.

Según el estudio de Achieve Global, la respuesta que las empresas dan, deja mucho que desear. Es destacable el apartado de la educación y respeto hacia el cliente: Casi la mitad de los encuestados afirmó que los peores errores que cometen los encargados de atender al cliente van en línea con la mala educación y falta de respeto hacia ellos, ya sea por ser groseros, demasiado tajantes o impacientes a la hora de solucionar el problema. Por otro lado, los encuestados también se quejan de que en muchas ocasiones las personas de atención al cliente no están capacitados para ofrecer una respuesta útil al consumidor, y que, además de no dar una respuesta satisfactoria, aprovechan la ocasión para intentar venderles algo más.

Otro de los problemas que exponen los encuestados es la altísima espera al teléfono cuando se trata de la atención telefónica y del “mareo” constante al pasar la llamada de un departamento a otro.

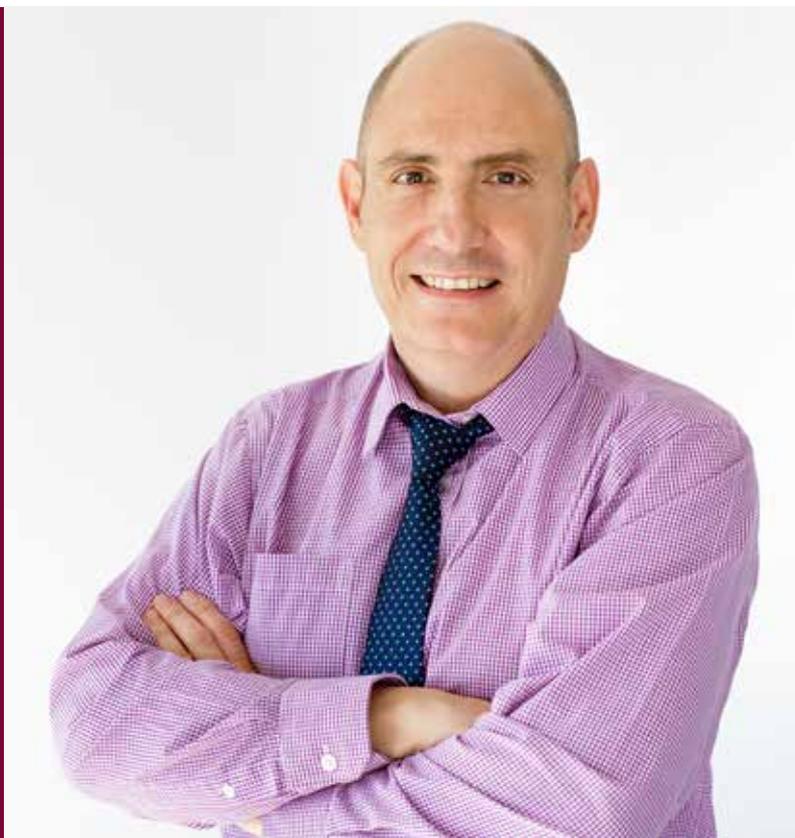
Para evitar este tipo de problemas, es necesario que las empresas inviertan en formación para su personal de atención al cliente, además de hacer una correcta selección de los mismos para asegurarse que tienen a empleados con habilidades sociales y don de gentes. Esto cada vez es más importante y más urgente hoy en día, ya que los clientes, gracias a las redes sociales y demás herramientas de comunicación a su alcance, son capaces de hacerse oír más y en más lugares, teniendo mayor trascendencia su queja que en cualquier otro momento del pasado.

Esta encuesta, con una muestra de 5.500 personas, pone de manifiesto la importancia del componente emocional para conseguir la fidelidad del cliente. Este puede comprar una vez tu producto y no por este único hecho vas a conseguir que te sea fiel. El cliente necesita algo más para ser fiel a tu marca. Para que esto sea así, la marca debe diferenciarse, y una buena manera de hacerlo es dando calidad en el servicio y teniendo una preocupación real por los problemas del mismo. Si esto sucede así, el cliente recordará la marca y la tendrá en cuenta cuando necesite, de nuevo, ese mismo producto o servicio. Al interesarse por el grado de satisfacción del cliente, la empresa irá ganándose su fidelidad.

Atención al cliente TIPSA — 902 10 10 47 — teescuchamos@tip-sa.com — @enTIPSAteescuchamos

# “15 NORMAS DE UN BUEN VENDEDOR”

**JOSÉ NEMESIO FERNÁNDEZ**, nuestro Director de Desarrollo Comercial, conoce bien las reglas que hacen que un buen vendedor se convierta en un excelente comercial. Con una dilatada carrera en el mundo del transporte urgente y siendo uno de los primeros en sumarse al sueño de crear una red que fuera la nueva referencia del sector, José Nemesio, es un experto en establecer relaciones comerciales duraderas y en este artículo nos cuenta las claves para el éxito comercial – Que no salga de nosotros.



José Nemesio - Director Comercial

## 1. PASIÓN POR LAS VENTAS.

Si quieres convencer, lo mejor es que estés convencido. De tu empresa, de tu servicio y de ti mismo. Y entonces tienes que vivirlo y si lo vives con pasión y con ganas, estás más cerca del éxito.

*“No tengo ningún talento especial. Sólo soy apasionadamente curioso”*  
Albert Einstein

## 2. AMA A TUS CLIENTES

Los clientes no son sólo un objetivo material, numérico, estadístico. Si te gusta el contacto personal, tienes que valorar que cada relación y experiencia con ellos es una nueva fuente de conocimiento. Aprender de cada momento de venta es fácil si realmente te interesa satisfacer sus necesidades y ofrecerles ventajas con tus servicios.

*“Mantente cerca de tus clientes. Tan cerca que seas tú el que les diga lo que necesitan mucho antes de que ellos se den cuenta de que lo necesitan”* Steve Jobs

## 3. VUELVA USTED MAÑANA

La constancia es una cualidad inmejorable para la consecución de las ventas. En muchas ocasiones, las ventas empiezan con un No. Y está en tu mano cerrar la gestión o dejar sembrado el vínculo y el contacto que con el tiempo genera una nueva oportunidad. No lo desaproveches.

*“El modo de dar en el clavo es dar cien veces en la herradura”*  
Miguel de Unamuno

## 4. TU ERES EL MENSAJE

Si vendes servicios, un intangible, apóyate en la estructura y las ventajas que una gran organización como Tipsa puede ofrecer al cliente, pero piensa que el primer mensaje eres tú. Si eres puntual, educado, persistente, profesional, todas esas cualidades van a ser juzgadas como paralelas al servicio que ofreces. No hay mayor contradicción que vender puntualidad cuando eres impuntual u orden si eres desorganizado. ¡Alinéate con tu producto o servicio!

*“Si uno conociera lo que tiene, con tanta claridad como conoce lo que le falta!”* Mario Benedetti

## 5. ¿FRACASO?



@TIPSA\_red

**OPINA— #conlailusiondelprimerdia**

**TE INVITAMOS AL CINE!!!**

Sólo tienes que opinar en redes sociales acerca de uno de los temas de Ruta abierta con el hashtag que proponemos y ser el favorito de la red.

## ¿QUE ES EL FRACASO?

La otra cara del embustero que es el mismo éxito. No existe el fracaso si lo intentas. No existe el fracaso si mejoras, porque en los momentos de dificultad, se aprende más que en los momentos de facilidad. Y este bagaje te sirve luego para valorar tus avances y la consecución de tus objetivos.

***“El éxito tiene muchos padres, pero el fracaso es huérfano” John Fitzgerald Kennedy***

## 6. HONESTIDAD Y TRASPARENCIA

Es triste que a parte del mundo comercial se les identifique como vendedores de humo que defraudan las expectativas de sus clientes. Si eres un profesional, tienes unos valores. Los principales, honestidad, sinceridad y transparencia. Los clientes quieren que les asesoremos con la verdad, no con promesas. Y si lo cumples, conseguirías ventas más trabajadas sí, pero con mayor recorrido.

***“Puede que ser honesto no te consiga amigos, pero siempre te conseguiré los correctos”***

***John Lennon***

## 7. OPTIMISMO

NO hay nada más triste que alguien que entra por la puerta y en vez de alegrarte el día, te lo complica. Vendemos un servicio, pero también transmitimos sensaciones. Y está demostrado que los optimistas comunican mejor y viven más.

¿Que como ser optimista? No siendo por lo menos pesimista. Se PO-SI-TI-VO.

***“Soy optimista. No parece muy útil ser otra cosa”***

***Winston Churchill***

## 8. TRABAJA EN EQUIPO

No vendes sólo tú. Vende tu marca, tu servicio, tus compañeros, desde conductores hasta administrativos. Importante crear una comunicación interna eficaz, transmitiendo la información y necesidades de cada cliente.

jjjImplica a todos en las ventasjjj

***“Llegar juntos es el principio. Mantenerse juntos, es el progreso. Trabajar juntos es el éxito” Henry Ford.***

## 9. CONOCE BIEN LAS CARACTERÍSTICAS DE TU SERVICIO

Visitar clientes es fácil. Asesorarles en sus necesidades no tanto. Sólo es posible, si tienes claros los valores diferenciales y características de los servicios de tu empresa. Cuanto más conozcas esta información, la estructura, la filosofía de empresa, más capacidad tendrás para realizar esta adaptación.

***“Cuando se sabe una cosa sostener que se sabe y cuando no se sabe admitirlo, ese es el verdadero conocimiento” CONFUCIO***

## 10. LA INFORMACION ES PODER

Registra tu actividad. Organiza los datos de cada cliente. Clasifica las gestiones. Actualiza los contactos. Esta información es básica para mantener un vínculo con clientes actuales y potenciales.

***“Sabemos muy poco, y sin embargo es sorprendente que sepamos tanto, y es todavía más sorprendente que tan poco conocimiento nos de tanto poder” Bertrand Russell***

## 11. VENDE EL SABOR, NO EL CARAMELO

Para ser persuasivo, no puedes exponer solo las características de tu servicio, sino los beneficios que el mismo va a reportar a tu cliente. Todos nos movemos por beneficios. Si algo no mejora lo que tengo o simplemente lo empata, es difícil la posibilidad de un cambio. Las utilidades de tu servicio y tu persuasión son las que llaman la atención.

***“No es suficiente conquistar. Se debe aprender a seducir” VOLTAIRE***

## 12. SE DEMOSTRATIVO

No es lo mismo indicar que tienes un seguimiento de envíos muy completo e intuitivo (comodidad y usabilidad para el cliente) que decirlo, mientras lo muestras. Los ejemplos son siempre modelos en los que apoyar el proceso

de venta. Y los casos de éxito en otros clientes, todavía más. Utiliza buenas referencias.

***“No voy a demostrar nada. Voy a mostrarlo” Federico Fellini***

## 13. APRENDE A DECIR NO, PERO EXPLICA POR QUE?

En ocasiones somos rehenes de peticiones forzadas de clientes que no encajan en nuestro servicio o en nuestra filosofía de marca. Ser voluntarista no es un buen paso, pues dejará descontento a todos. Es mejor proponer alternativas e indicar el por qué no podemos acceder a esas demandas. Nuestros clientes agradecerán nuestra transparencia.

***“Antes de negar con la cabeza, asegúrate de que la tienes” Truman Capote***

## 14. CONSTRUYE RELACIONES DURADERAS

La venta no termina con la firma. De hecho solo empieza. Las relaciones estables, rentables y duraderas son las más óptimas para nuestra compañía y también para los clientes. Acceden a un servicio personalizado cada día más por la curva de experiencia y el conocimiento de sus necesidades. Para ello hay que mantener un contacto continuo que genere mutua confianza y alinearnos totalmente con sus expectativas.

***“Uno de los mejores secretos de la vida es que todo lo que vale la pena hacer, es lo que hacemos por los demás” Lewis Carroll.***

## 15. ADAPTATE A LOS NUEVOS TIEMPOS

Hay que estar en continua evolución. Las novedades tecnológicas afectan no solamente a la prestación de los servicios, sino a nuestra organización comercial y a los modelos de relación con los clientes. Importante que las herramientas de presentación y relación supongan mejorar la comunicación y gestión. Nunca sustituir el contacto personalizado.

***“Inteligencia es la habilidad de adaptarse a los cambios” Stephen Hawking***



## RANKING DE CÁLIDAD TIPSA

### LOS QUE LO HACEN GENIAL

TIPSA CORUÑA: Máximo Control 001



*Nuestra prioridad es dar el mejor servicio al cliente, somos muy meticulosos con los procesos.*

002 TIPSA TERRASSA: Eficacia



*Un cliente puede aceptar un error puntual, un retraso, etc... pero lo que difícilmente acepta un cliente es que no le anticipemos nosotros la información de lo que sucede.*

MADRID PLATAFORMA: Perfeccionistas 003



*Hacemos que lo más difícil sea lo más cotidiano y sencillo del día.*

### LOS QUE CADA DÍA LO HACEN MEJOR

TIPSA LAS PALMAS: Constructivos 001



*Las equivocaciones, fallos o errores, se analizan para no volver a cometerlos.*

002 TIPSA ELCHE: Apuestan por la Calidad



*Rodearse de un muy buen equipo, constancia, apostar cada día por la calidad, aprender de los mejores y mucho mucho esfuerzo*

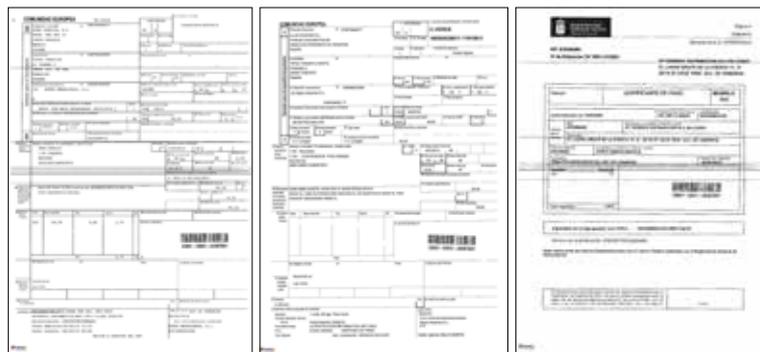
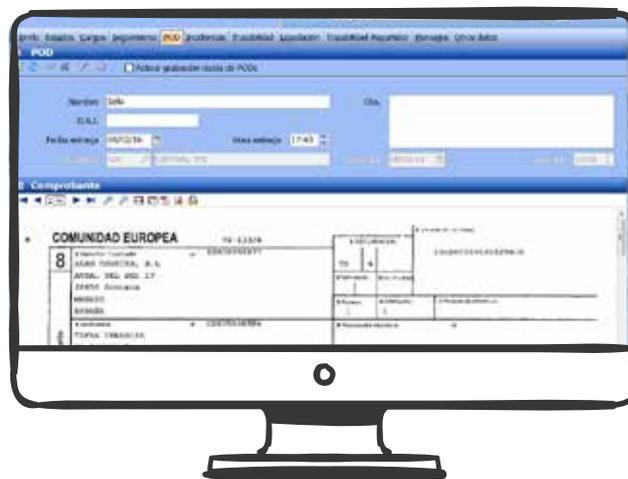
TIPSA TOLEDO: No hay problema! 003



*Superamos las complicaciones de cada día empleando todo nuestro empeño*

## CANARIAS PIONERA EN DIGITALIZACIÓN DE DOCUMENTOS DE DESPACHO ADUANERO

FUENTE\_ TIPSA



“Llevamos tres años ofreciendo este servicio exclusivo y pionero para el que la Red TIPSA de Canarias ha sido el mejor “mercado prototipo”

TIPSA es hoy un líder en la digitalización de la cadena de suministro. Y ha sido pionera en la incorporación de las nuevas tecnologías a la logística. Tres años atrás, tras incluir la digitalización de los comprobantes de entrega en nuestro proceso de seguimiento y control de envíos, nos pareció lógico y necesario que el “tráfico” de Canarias pudiera beneficiarse de esta ventaja que nuestros clientes han valorado muy positivamente. El sistema DINAPAC permite la visualización de todos los documentos aduaneros asociados a cada código de envío y, además, incluye la funcionalidad de la firma digital.

Con ello conseguimos que todos esos documentos, con plena validez fiscal, estén a disposición de nuestros clientes a través de nuestro programa de gestión o desde nuestra web [www.tip-sa.com](http://www.tip-sa.com)



### Reparto ecológico

Nos encanta la bici de reparto. Está la podéis ver por el centro de Villena.

## e-SHOW BARCELONA

FUENTE \_ TIPSA



El pasado 16 y 17 de marzo de 2016 estuvimos en eShow Barcelona la mayor feria de negocios digitales del mundo hispano, este año han pasado 11.312 visitantes, 1.100 de ellos procedentes de América y resto de Europa.

Hemos abordado el mundo de los negocios digitales desde una perspectiva 360°, desde que el comerciante o el emprendedor se plantea un comercio online hasta la última milla en la que el producto se entrega al cliente final.



Hace ya 4 años creamos eTIPSA, para analizar y apoyar el fenómeno del comercio electrónico en su globalidad. Acompañamos en todo el proceso integrando el área logística con las plataformas de pedidos eCommerce, gestionando los envíos adaptados a las necesidades del comerciante con precios competitivos y manteniendo todo el valor añadido por el que TIPSA es líder del sector.

Como siempre nuestro stand ha estado dinamizado por la familia TIPSA Catalana, grandes profesionales y embajadores de la marca pero sobre todo grandes personas.



...Y como se nos ha definido en Redes Sociales  
*"El stand más dulce del eShow"*

## EVENTOS TIPSA — ESTRENAMOS KIT DE FERIA

FUENTE\_ TIPSA

Todos sabemos que las ferias y congresos representan una excelente oportunidad comercial para las delegaciones TIPSA, pero también sabemos que era muy complicado y costoso disponer de una presencia acorde con la imagen y el posicionamiento de TIPSA.

Hemos desarrollado, y ya está disponible, un “stand modular” que hemos estrenado en el eShow de Barcelona. Es una tecnología basada en paneles ligeros de dos metros y medio de alto por uno de ancho que se adaptan a la práctica totalidad de los formatos de stand disponibles en ferias. Son paneles formados por un bastidor de aluminio que sirve de marco a lonas textiles impresas con distintas gráficas de TIPSA. El stand modular dispone de un tótem, que llega a cuatro metros, coronado por enormes logotipos TIPSA que, además sirve de almacén con puerta y llave. El stand modular se completa con un kit completo de iluminación, un plasma que va montado en uno de los paneles modulares, mostrador con llave y taburete de diseño, y un kit de mesa y sillas para reuniones comerciales.

“Si la barrera para participar en eventos era el precio y la complicación, ya no hay excusa.”

Hemos recurrido al fabricante más fiable del mercado y cuyo sistema es más sencillo de montar y transportar dada su ligereza. El stand se envía en cajas de madera tipo “concierto” que contienen los paneles y los distintos elementos del stand.

Si la barrera para participar en eventos era el precio y la complicación, ya no hay excusa.

Para realizar y formalizar la reserva del stand modular contactar con CATALINA de Marketing Central TIPSA o dirigir un mail a comunicaciones@tip-sa.com



## ¿QUÉ HACE A UNA CAMPAÑA DE eMAIL MARKETING EXITOSA?

FUENTE \_ 40 DE FIEBRE

Muchas veces es el gran desconocido, no sabemos utilizarlo correctamente, y es que el email marketing además de ser uno de los clásicos de hoy y de siempre, por la efectividad que sigue teniendo y porque nunca pasa de moda, ha ido convirtiéndose poco a poco en todo un imprescindible como una herramienta más de fidelización del usuario.

No por el hecho de que nuestro email entre en una bandeja de

entrada implica que éste vaya a ser efectivo al 100%. Lograr que lo sea, es todo un triunfo. Aspectos como cuidar a nuestra base de datos, hablar a nuestros usuarios de tú a tú, cuidar el mensaje, medir la frecuencia de envío, y sobre todo, mantener ese atractivo, directo y claro, son esenciales para aumentar la apertura del email, conseguir su efectividad y nuestro objetivo con éxito: Dar a conocer nuestro mensaje y amplificarlo.



## VENTAJAS DEL eMAIL MARKETING

El email marketing, sigue permitiéndonos llegar a nuestros usuarios de forma más directa y exitosa. Existen múltiples razones por las que crear una campaña de emailing es una muy buena idea:

### 1 — Es eficaz

El usuario nos da voluntariamente su dirección porque quiere seguir nuestras novedades. Es por lo tanto un público proactivo y abierto a seguir nuestras ofertas. Además nos sirve como herramienta de fidelización.

### 2 — Permite segmentar

Es muy sencillo segmentar tu base de datos de correos para enviar cada oferta solo al target que necesites. De esta forma, podemos hacer un mensaje específico para cada tipo de usuario al que nos queremos dirigir.

### 3 — Es medible

Medir la eficacia de una campaña de emailing es utilísimo, herramientas como MDIRECTOR, te permiten analizar al máximo tanto clics, aperturas, bajas, impacto, etc.

### 4 — Flexibilidad de formatos

Nos permite la posibilidad de configurar el emailing como queramos. Destacando una oferta o varias, preparando una invitación para un evento, aumentar las suscripciones, resaltar una noticia, etc.

# HERRAMIENTAS PARA ENVÍO DE eMAIL MARKETING

Además de la plataforma pura y dura, debes contemplar otras soluciones que te ayuden a dar más visibilidad a tu negocio, como las de email marketing.

## Tipos de emails.

“Existen proveedores que están más enfocados a realizar envíos puramente transaccionales (les pasamos el email, la dirección a la que hay que enviarlo, etc. y lo envían) y otros, como EMailVision o Splio, que son mucho más completos, verdaderas plataformas de email marketing que permiten personalizar nuestros correos, tener un mayor control de nuestra estrategia de email marketing, etc.”, señala José Carlos Cortizo.

## Soporte.

“El email marketing es una pieza clave de nuestra estrategia online y seguramente en algún momento nos encontraremos con algún problema, por lo que conviene valorar el servicio de soporte que nos da nuestro proveedor”, advierte Francisco Carrero, que recomienda hacerse las siguientes preguntas antes de elegir: ¿Qué canales tenemos para contactar con ellos? ¿Están en España, o al menos hablan castellano? ¿Qué plazos de respuesta manejan? ¿Tengo una persona con la que hablar directamente en caso de tener problemas graves?

## Legislación.

Los emails son un dato personal y, por lo tanto, sujetos a la LOPD. “No todos los proveedores nos garantizan las condiciones de seguridad necesarias. También hay que tener en cuenta que no podemos almacenar los emails en servidores de cualquier país y de cualquier manera (salvo que trabajemos con servidores de la UE)”, añade Francisco Carrero.

## Precio.

Entre la oferta que existe en el mercado, encontrarás distintos modelos de precios, aunque casi todos se basan en el número de envíos realizados. “Antes de elegir, debes estimar el número de correos que vas a enviar y calcular el precio final de cada proveedor, ya que al sumar costes fijos y variables en función de rangos de envíos, los proveedores que a priori pueden parecer más baratos, acaban siendo los más caros”, advierte José Carlos

## Herramientas.

Existen herramientas para hacer email marketing gratis, aunque siempre con limitaciones, como puede ser un número determinado de envíos o restricciones en las fechas de envío. Entre las mejores están:

**Mailchimp y MDirector** (que son las que mayor número de suscriptores y envíos admite). Entre las soluciones SaaS, EMailVision, Splio o Sarbacán son herramientas muy completas, que permiten realizar excelentes seguimientos de las campañas: se optimizan las entregas conociendo quiénes abren los correos y quiénes no, las bajas y quejas, etc. para no enviar correos a personas que no estén interesadas.



Medir es la clave. Analizar al máximo tanto clics, aperturas, bajas, impacto, etc.



Aumenta las conversiones de manera exponencial con Test A/B de landing pages



Diseña tú mismo landing pages, sin necesidad de tener conocimientos técnicos o de contratar un diseñador

Para las empresas de tamaño más pequeño, una de las más recomendables es Sarbacán. Ofrece la descarga del programa gratis desde su propia web y unos precios muy competitivos para pymes, que van desde 39 euros para 1.000 créditos. ¿Qué significa esto? Que compras una bolsa de créditos de email que puedes utilizar de una forma muy flexible. Es decir, no exige ningún compromiso de tiempo, ni de permanencia ni de volumen. Se ajustan cada mes en función de las necesidades puntuales de cada cliente. Otra ventaja es que en el mismo precio se incluye tanto el soporte como la formación para optimizarla.

## MODULOS DE LOGISTICA TIPSA EN TU eCOMMERCE

FUENTE \_ TIPSA

En TIPSA nos adaptamos a las necesidades de nuestros clientes y les proporcionamos la integración que necesitan según su casuística y volumen. Disponemos de módulos para integrar sus plataformas webs realizadas sobre OsCommerce, Magento y Prestashop.

Contamos con un departamento especializado que se encarga de dar a nuestros clientes el soporte necesario para que la integración de nuestros módulos sea un éxito. Desde el momento en que el cliente traslade a una de nuestras agencias TIPSA su decisión de integrar su plataforma de eCommerce con nosotros, el departamento de integraciones se pondrá en contacto con el cliente antes de 48 Horas facilitándole toda la información necesaria para la integración.

Si su plataforma de eCommerce no es OsCommerce, Magento o Prestashop, o si quiere personalizar la integración para que se ajuste a sus necesidades, ponemos a su disposición nuestros web-services, ideales para negocios de gestión compleja u opciones sencillas para la gestión de documentación y el seguimiento de envíos.

**Prestashop.** Es la solución de eCommerce en código abierto más popular del mercado, aun siendo una de las últimas en llegar. Una herramienta ideal para comercios de tamaño pequeño y medio, aunque puede quedar limitada para comercios mayores.

Dispone de una gran comunidad de desarrolladores que te van a permitir acceder a cientos de funcionalidades. Rápido (en 10 minutos tendrás tu tienda lista), intuitivo y fácil de usar a pesar de tratarse de una herramienta muy completa.

**Magento.** Es el favorito para grandes comercios gracias a su gran flexibilidad y escalabilidad para adaptarse a negocios de todos los tamaños. Una herramienta muy completa que permite crear multitiendas, personalizar completamente el site y que cuenta con más de 5.000 extensiones en MagentoConnect. En contra, que es difícil de instalar y manejar por personas con pocos conocimientos de tecnología. Para utilizarla tendrás que contar con profesionales. Además, al tratarse de una herramienta pesada puede obligarte a recurrir a servicios de hosting costosos.

**OsCommerce.** Otro de los favoritos entre las soluciones de código abierto, aunque se ha quedado algo atrás respecto a los dos anteriores por las limitaciones de diseño que presenta. No obstante, es justo señalar que entre sus ventajas, destaca la posibilidad de integrar varios idiomas y de gestionar envíos por zonas, tramos de peso, etc. En contra, que a pesar de la simplicidad para la instalación inicial, exige añadir muchos módulos para crear la tienda, lo que complica el proceso de puesta en marcha.



## EN TIPSA—SOMOS MENSAJEROS DE LA PAZ

FUENTE \_ Mensajeros por la paz



[ No hay problemas que no podamos solventar juntos, y muy pocos que podamos solventar solos.

Lyndon Baines Johnson. ]

En TIPSA nos comprometemos con la sociedad, con valores corporativos muy arraigados. Colaboramos con organizaciones sin ánimo de lucro dedicadas a velar por personas en peligro de exclusión social. Al ser una organización 100% española creemos imprescindible ayudar en los retos a los que se enfrenta actualmente nuestro país.

La colaboración con “Mensajeros de la Paz” surge de la idea de cambiar las cestas de Navidad para ayudar en una necesidad. En este caso, con el dinero recaudado hemos comprado una furgoneta para el Banco de Alimentos ya que somos conscientes del coste que implica llevar una cosa de un lugar a otro. Y es que en TIPSA somos Mensajeros de la Paz.

“Empresas como Tipsa y fundaciones como Mensajeros tenemos en común precisamente eso, que somos mensajeros”, declara el Padre Ángel, presidente de Mensajeros de la Paz. “Qué importante es hacer llegar la ayuda sin distracciones en casos de emergencia”, comenta el sacerdote, que estos días está pidiendo a empresarios y gobiernos la cesión de un barco crucero para dar refugio a los sirios, iraquíes y afganos que están hacinados en el Puerto del Pireo en condiciones infrahumanas.

“Una sola camioneta va a facilitar la vida cotidiana de muchas personas”, concluye el fundador de Mensajeros de la Paz. “Estamos de veras agradecidos a Tipsa”.



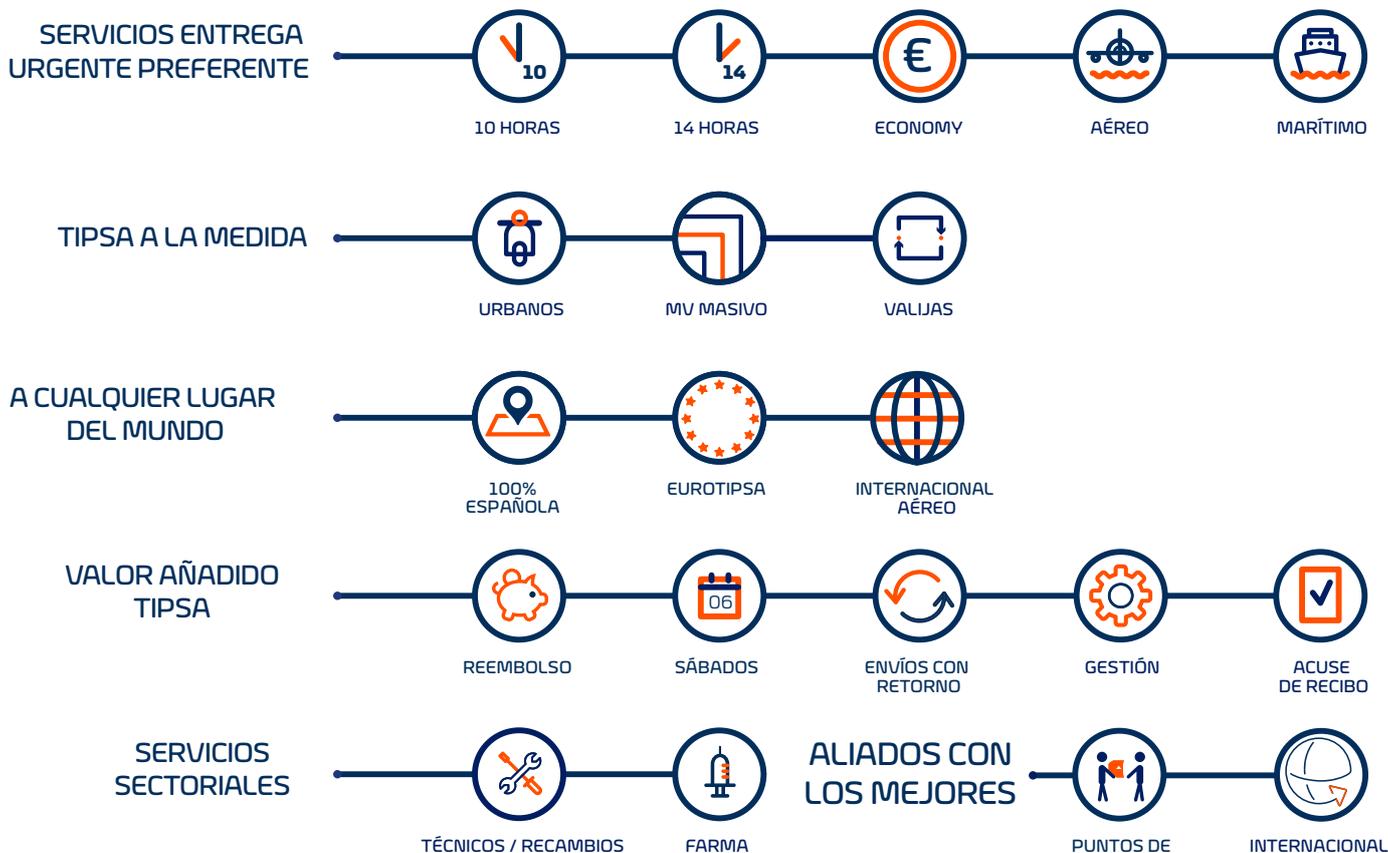
@TIPSA\_red

**OPINA— #conlailusiondelprimerdia**

**TE INVITAMOS AL CINE!!!**

Sólo tienes que opinar en redes sociales acerca de uno de los temas de Ruta abierta con el hashtag que proponemos y ser el favorito de la red.

## SERVICIOS TIPSA — DE UN VISTAZO



## SERVICIOS TIPSA — CON NUESTRO VALOR AÑADIDO

### TIPSA MASIVO

Servicio "llave en mano" para campañas de comerciales y de marketing, o envíos masivos. Ofrecemos un servicio experto y de máxima calidad entendiendo que con este servicio "representamos" las marcas de nuestros clientes.

Asesoramiento Logístico integral, con un equipo especializado y con gran experiencia en logística comercial (*marketing, tele-tienda y envíos promocionales...*)

### CARACTERÍSTICAS DE ESTE SERVICIO

— Distribución urgente a precios competitivos

- Recepción y preparación de envíos (*picking y packing*) - gestión on-line y off-line
- Almacenaje y gestión de stocks
- Gestión estadística y análisis campañas
- Gestión incidencias
- Call-Center Atención al cliente (*emisión y recepción de llamadas*)

### TIPSA FARMA

- Cool Chain (*frio pasivo*)
- Con trazabilidad integral de la temperatura
- Entrega urgente (*Temperatura ambiente*)
- Cumplen con GDP's.

### VALIJA DIARIA

Servicio de conexión diaria entre dos destinos fijos con horarios concertados. Servicio con *saca* o *cartera*.

### VENTAJAS

- Seguridad y certeza
- Comodidad
- Ahorro

Para clientes con varias oficinas-delegaciones y/o con intercambio diario con clientes (*Ej: laboratorio prótesis dental, gestorías ...*)

### OPCIONES

Valija Alterna (*lunes, miércoles, viernes*)  
Valija One-Way

## SERVICIOS TIPSA — ENTREGA URGENTE PREFERENTE

**TIPSA 10 PENINSULAR**

Entrega antes de las 10 horas en capitales y principales poblaciones de la Península (con delegaciones Típsa). Resto de poblaciones tienen un margen adicional de 1 minuto por cada kilómetro de distancia desde la agencia de reparto.

**TIPSA 10****TIPSA 10 BALEARES**

Entrega día siguiente en cabeceras de islas, antes de las 10:00.

**TIPSA 10 CANARIAS \***

Servicio válido solo para documentación. Entrega día siguiente en cabeceras de islas mayores, laborable, antes de las 10:00.

\* Sujeto a trámites aduaneros

**TIPSA 14 PENINSULAR**

Entrega antes de las 14 horas en capitales y principales poblaciones de la Península (con delegaciones Típsa). Resto de poblaciones entrega en horario de mañana o tarde, en función de ruta, con límite hasta las 20 horas.

**TIPSA 14****TIPSA 14 CANARIAS\***

Entrega día siguiente en cabeceras de islas mayores, antes de las 14:00. Resto de poblaciones entrega en horario de mañana o tarde, en función de ruta, con límite hasta las 20 horas. Islas menores demora un día más

**TIPSA 14 CEUTA Y MELILLA\***

Servicio exprés con entrega entre 24-48h.

**TIPSA 14 ANDORRA\***

Entrega urgente en 24 horas.

**TIPSA 14 PORTUGAL**

Conexión diaria con Lisboa, Oporto, Faro y Coimbra. Servicio exprés con entrega entre 24h en las principales ciudades y 48h en el resto del país.

\* Sujeto a trámites aduaneros

**TIPSA 14 BALEARES**

Entrega día siguiente en cabecera de islas, antes de las 14:00. Resto de poblaciones entrega en horario de mañana o tarde, en función de ruta, con límite hasta las 20 horas.

**ECONOMY****ECONOMY PENINSULAR**

Servicio económico de entrega en 24 horas (máximo 48 horas) en cualquier punto del territorio nacional peninsular

**ECONOMY BALEARES**

Servicio exprés con entrega en 48h. El servicio para islas menores demora un día más.

**ECONOMY CANARIAS \***

Servicio exprés por carga aérea con entrega en 48-72h. El servicio para islas menores demora un día más.

\* Sujeto a trámites aduaneros

## SERVICIOS TIPSA — A TU MEDIDA

**MULTISOBRE TIPSA**

Partimos de sobres TIPSA de diversos tamaños pero que podemos personalizar para el cliente adaptando las entregas a sus necesidades.

**SEVICIOS DE VALOR AÑADIDO**

- Entregas los Sábados
- Envíos que requieran gestión
- Envíos con retorno
- Envíos con Acuse de Recibo del remitente.

**REEMBOLSOS**

Servicio de entrega y gestión de cobro en todo el territorio nacional y Portugal.

**VENTAJAS**

- Rápidez
- Garantía
- Agilidad Administrativa

**PORTES DEBIDOS**

El destinatario paga los portes del envío al recibirlo

**SOBRE PREPAGO\***

Servicio disponible solo en España Peninsular. El cliente TIPSA entrega a sus clientes o colaboradores sobres de cartón para envíos de documentación y pequeñas muestras.

Entrega antes de las 14:00 del día siguiente laborable.



#### BOLSAS

Medidas:  
Grande - Mediana - Pequeña  
Pack de 100 unidades



#### SOBRE GRANDE

60 x 44,5 cm.  
Referencia: 76  
Pack de 100 unidades



#### SOBRE MEDIANO

Medidas: 45 x 35 cm.  
Referencia: 7  
Pack de 100 unidades



#### SOBRE PEQUEÑO

Medidas: 30,5 x 21,5 cm.  
Referencia: 77  
Pack de 100 unidades

1

3

2



TIPSA a medida



#### CAJA GRANDE

Medidas:  
40 x 30 x 30 cm.  
Referencia: 32  
Pack de 10 unidades



#### CAJA MEDIANA

Medidas:  
40 x 30 x 15 cm.  
Referencia: 34  
Pack de 10 unidades



#### CAJA PEQUEÑA

Medidas: 30 x 20 x 13 cm.  
Referencia: 31  
Peso máximo: 2 Kg.  
Pack de 25 unidades



#### CAJA MINI

Medidas: 25 x 15 x 10 cm.  
Referencia: 30  
Peso máximo: 1 Kg.  
Pack de 25 unidades