



unifam

UNION NACIONAL DE FABRICANTES DE
ALFOMBRAS, MOQUETAS REVESTIMIENTOS
E INDUSTRIAS AFINES Y AUXILIARES



DIPUTACIÓN
DE ALICANTE

LA DIPUTACIÓN DE ALICANTE CONSOLIDA SU APOYO A UNIFAM PARA LA PROMOCIÓN INDUSTRIAL Y COMERCIAL DE SUS PRODUCTOS EN 2021.

En concreto, la institución alicantina ha propiciado la producción de dos VIDEOS INTERACTIVOS, el primero de ellos didáctico sobre procesos dirigido a un público adolescente y juvenil y el segundo en formato 3D con marcado cariz comercial para la promoción nacional e internacional de los productos del sector.

La Diputación Provincial de Alicante y UNIFAM vienen afianzando una estrecha colaboración desde muchos años atrás con el fin de fomentar la promoción de un sector tradicional, pero a la vez innovador, relevante de la industria alicantina como es la alfombra y moqueta, actuación que se ha consolidado en el presente ejercicio 2021, un año inicialmente incierto tras el marcado receso de actividad que experimento 2020 pero que las empresas han sabido afrontar con gran esfuerzo alcanzando en el primer semestre de 2021 incrementos del 19% en facturación total y del 40% en exportación respecto al mismo periodo pre-pandemia (2019).

De este modo, el gobierno provincial ha destinado a UNIFAM un presupuesto de 26.500 euros en 2021 para el desarrollo de actuaciones de promoción industrial y comercial de sus productos, las cuales se han centrado en la producción de dos VIDEOS VIRTUALES INTERATIVOS concebidos con objetivos y contenidos muy dispares y dirigidos a públicos objetivos distintos pero, evidentemente, totalmente complementarios.

VIDEO DIDÁCTIVO INTERACTIVO “FUTURECARPET”

Con el primero de estos vídeos, denominado “FUTURECARPET”, se ha pretendido trasladar a la actualidad la iniciativa que UNIFAM, junto con la colaboración de AITEX, llevaron a cabo con el CD “ALF, la alfombra” en la primera década de los años 2000, para divulgar entre una población adolescente y juvenil la industria de la alfombra y moqueta: sus procesos, materias primas e historia pero cuyo formato es técnicamente irreproducible a día de hoy y su tratamiento no lograría en modo alguno captar la atención de esta parte de la población en nuestra sociedad contemporánea, cuyos hábitos de acceso a la información y ocio han cambiado completamente.

El concepto utilizado se ha basado en el referido CD como experiencia inmersiva, dirigida a un público adolescente de entre 13 y 21 años, pero que también seduzca a un público más adulto, conteniendo toda la información didáctica necesaria y actualizada a la realidad del sector hoy.

Para conseguirlo se ha apostado por un formato de VÍDEO INTERACTIVO, una manera de presentar la información organizada, pero desestructurada a la vez, atractiva y muy motivadora para el usuario por el grado de implicación, originalidad e innovación, permitiendo una perdurabilidad en el tiempo. Concretamente en “FUTURECARPET” se incorporan contenidos digitales que permiten la interacción con el usuario a partir de una experiencia inmersiva: el usuario lleva a cabo una acción durante la reproducción de cada vídeo. Esta interacción posibilita acceder a los distintos contenidos didácticos de una manera experiencial en lugar de lineal.

Finalmente, se ha utilizado un lenguaje cercano y coloquial que empatice con el usuario y ayude a trasladarle todo el contenido e información relevante. Todo ello en un entorno gráfico y audiovisual que les atraiga y les genere “engagement”.

Por tanto, se trata de una iniciativa muy importante en tanto en cuanto se dirige a un target especialmente relevante para UNIFAM, como son los adolescentes y jóvenes, para informarles y formarles en la importancia que ha supuesto el sector de la “alfombra y moqueta” en el municipio de Crevillente tanto a nivel industrial como socio-económico y cultural, permitiendo con ello que nuestras tradiciones no se olviden y, a su vez, poniendo en valor la realidad y el potencial de un sector productivo hacia donde pueden dirigir su carrera profesional. Precisamente esta variable es la que aporta el nombre al proyecto **VIDEO DIDÁCTICO INTERACTIVO “FUTURECARPET”**

VIDEO INTERACTIVO “TOUR VIRTUAL SCAN 3D”

Desde marzo de 2020 las relaciones comerciales se han visto muy mermadas derivadas de las limitaciones de movimiento. De hecho, las empresas han debido modificar sus hábitos y estrategias para poder adaptarse a esta nueva circunstancia. Tal situación ha generado consecuencias muy negativas pero, como no podría ser de otro modo, también se deben extraer aspectos positivos destacando, entre ellos, la rápida evolución que ha experimentado la tecnología para obtener herramientas que permitieran, de algún modo, facilitar estas transacciones comerciales y sobre todo las relaciones interpersonales. En este ámbito se ha enmarcado la presente iniciativa

Una de las actuaciones prioritarias de UNIFAM respecto a sus empresas es la promoción tanto nacional como internacional de sus productos. En este sentido, y derivado de la imposibilidad de participar en certámenes promocionales internacionales, ferias, desde la Asociación se ha analizado e implantado una serie de actuaciones que pudieran acercar la información al cliente y, en parte, compensar esa carencia, aunque en muchas ocasiones ha sido complejo por la componente visual que requiere examinar las calidades y estructuras de nuestro producto acabado. Sin embargo, a lo largo del ejercicio 2021 UNIFAM ha profundizado en esta estrategia para sumar nuevos instrumentos promocionales dado el convencimiento de que la situación de incertidumbre y las dificultades de desplazamiento a nivel mundial se mantendrían durante meses. De hecho, aunque en el territorio europeo actualmente existe una mayor facilidad de movimiento aún existen con verdaderas barreras bien para visitar otros continentes o para que los clientes procedentes de los mismos se desplacen a las empresas asociadas.

En este sentido, y propiciado por una constante investigación en el mercado para lograr aquel objetivo, desde UNIFAM se detectó una oportunidad que permitía acercar y promocionar de forma innovadora y con extrema calidad los productos de nuestras empresas a los potenciales clientes sin necesidad de desplazamiento físico. Concretamente, se trataba de la creación de un ESPACIO (VÍDEO) VIRTUAL INTERACTIVO EN 3D donde el cliente pudiera obtener esa información sobre una representación de la oferta (diseños y calidades) y las características de nuestras compañías pero alejado de la idea e imagen presencial tradicional del Stand o Show Room.

El objetivo con ello ha sido utilizar las nuevas tecnologías para sorprender al usuario, pudiendo percibir las distintas texturas de los productos extremadamente cerca, como si pudiéramos tocarlas, impregnándolas de un gran realismo y percibiendo con ello la calidad, cuestión hasta el momento imposible con las actuales herramientas, lo que suponía un importante hándicap para la relación comercial de los productos de nuestras empresas, alfombra y moqueta, dado que la percepción visual es fundamental.

Desde el punto de vista creativo, el proyecto se ha concebido simulando una gran alfombra circular que se descompone en distintas franjas que genera movimientos ondulatorios, cada una de las cuales cuenta con los distintos acabados y estructuras del producto de las diferentes empresas. Estas ondas van descubriendo los logos iluminados de las distintas empresas a los que se puede acceder para obtener toda la información sobre las mismas. El video cuenta con varios panoramas de 360 grados desde los que se puede ver y acceder a todas las empresas.

Finalmente, y de forma paralela, en uno de los laterales se dispone un menú de búsqueda alternativo para localizar la información sobre productos y empresas de forma directa.

Como conclusión, se trata de un CATÁLOGO VIRTUAL INTERACTIVO para la promoción de nuestras empresas y sus productos pero con un formato muy original y realizado bajo una tecnología totalmente innovadora en VIDEO 3D que permite la percepción del producto con una altísima resolución, lo que facilita enormemente la valoración por parte del cliente evitando el mayor de los problemas hasta la fecha en los soportes telemáticos, precisamente por esa falta de realidad en la percepción del tejido. Esta circunstancia proporciona un enorme valor añadido a esta herramienta ya que, por un lado, consigue acercar todo el realismo necesario sobre el producto al cliente y, en segundo lugar, no requiere de presencialidad del producto para percibir su estructura y diseño lo que agiliza enormemente la comunicación entre nuestras empresas y sus clientes, consiguiendo un incremento competitivo.

Por tanto, el apoyo de la Diputación Provincial de Alicante ha sido primordial para el desarrollo de ambas actuaciones y, con ello, para la proyección del sector entre la población adolescente y joven, así como de las empresas y sus productos en el ámbito nacional e internacional.

Más información:

Comunicación UNIFAM

unifam@unifam.es

966681552