

Elisa de Amescua, directora de marketing para el sur de Europa del Grupo GN

“La adquisición de centros auditivos por parte de grandes fabricantes es una amenaza cada vez mayor para los independientes”

EL GRUPO GN ES UNA EMPRESA PIONERA EN LA PRODUCCIÓN DE SOLUCIONES DE SONIDO EN EL MUNDO. CON MÁS DE 150 AÑOS DE HISTORIA, LA MARCA SE HA CARACTERIZADO SIEMPRE POR LA IMPLEMENTACIÓN DE AVANCES TECNOLÓGICOS INSÓLITOS. ACTUALMENTE, LA COMPAÑÍA SE CENTRA EN LA INTEGRACIÓN DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL.

Elisa de Amescua ha sido recientemente nombrada *directora de marketing para el sur de Europa del Grupo GN* (antes era directora de marketing de España y Portugal). Con su nuevo cargo, explica que su responsabilidad *“va a ser la de gestionar los equipos de Marketing de España, Italia y Portugal con el objetivo de que los tres mercados encuentren más sinergias y sean más efectivos a la hora de lanzar productos y proyectos que puedan beneficiar a los audioprotesistas del sur de Europa, ayudarles a crecer y acercarlos a los usuarios y potenciales usuarios de audífonos y, en general, de productos de Grupo GN”*. Además, De Amescua remarca que estratégicamente, para la empresa, el del sur de Europa *“es el mercado más importante del continente, puesto que cuenta con una gran cuota de penetración y con un equipo experimentado con el que afrontar el futuro”*. Asimismo, confiesa que afronta esta nueva responsabilidad *“con entusiasmo, ilusión y muchas ganas de trabajar”* al mismo tiempo que es consciente *“de la tremenda responsabilidad por devolver la confianza que la empresa ha depositado en mí, y de apoyar a nuestros aliados, los audioprotesistas y, sobre todo, con muchas ideas”*.



La digitalización del sector

La directora de marketing para el sur de Europa del Grupo GN considera que el principal cambio que ha vivido tanto la marca como la industria en general en los últimos años es la transformación digital. De Amescua explica que la pandemia ha hecho que se acelere considerablemente el sector de la audíología, *“aunque todavía queda un largo camino”*. En concreto, Elisa de Amescua estima que la transformación en el Grupo GN comenzó mucho antes de que ella llegase hace cuatro años y *“se ve claramente reflejada en la última familia de audífonos”*.

ReSound ONE, Beltone Imagine y Danavox Alya con el primer auricular (M&RIE) que incluye en un audífono RIE, por primera vez, el micrófono y el auricular en el interior del oído, haciendo que el sonido sea más natural que nunca”.

No obstante, De Amescua opina que el gran cambio que ha habido en los últimos años gracias a la digitalización en Grupo GN se ha visto en las personas, ya que “somos cada vez más conscientes de la gran oportunidad que nos ofrece la digitalización”. De hecho, según Elisa De Amescua, “hemos sido capaces de integrar aún más la tecnología en nuestro día a día, simplificando procesos, reduciendo costes y favoreciendo la comunicación gracias a canales que ya estaban ahí pero que no necesariamente los utilizábamos en nuestro día a día trabajando”.

En relación con la inteligencia artificial, la directora de Marketing para el sur de Europa recuerda que “es una tecnología que ya podemos ver en nuestros audífonos”. Además, “GN está invirtiendo para que, gracias a la biotecnología, podamos, en un futuro cercano, detectar el deterioro cognitivo mucho antes de que enfermedades como el Alzheimer den la cara”. Por otro lado, más específicamente en marketing, De Amescua estima que el Big Data es la tecnología emergente que repuntará en los próximos años en la industria, ya que “permite realizar las campañas a medida para ofrecer a cada cliente aquello que realmente necesita”.

Plataforma de intercambio

En relación con el sector, cabe tener en cuenta que durante el pasado mes de abril se celebró ExpoAudio. Dentro del congreso de ExpoÓptica, el espacio monográfico se percibe como la mejor plataforma comercial y punto de encuentro para que el sector de la industria de la Audiología pueda exhibir y conocer de primera mano las nuevas propuestas en productos y servicios dirigido al diagnóstico, tratamiento, rehabilitación y prevención de los trastornos auditivos. Como anécdota personal, Elisa de Amescua, recuerda que fue el primer evento que organizó hace cuatro años cuando empezó en GN. “Acababa de llegar a la industria y a la empresa y recuerdo organizarlo con muchísimo cariño y mimo; pero a la vez con un esfuerzo inmenso”, confiesa.

Cuatro años después, cree que “el cariño y el esfuerzo dedicado a la organización de la feria han sido el doble”. En concreto, la nueva directora de marketing para el sur de Europa explica que este año presentaron “un proyecto que está siendo un auténtico éxito, Beltone Ópticas, enfocado en ayudar a las ópticas a crecer gracias a la audiolología”. También exhibieron un nuevo producto para completar la familia de Beltone Imagine, “los nuevos BTE y PBTE recargables para pérdidas severas”. Por último, tuvieron la oportunidad de “volver a crear el espacio de ‘Monta Tu Gabinete’ con ReSound para aquellos que quisieran abrir un centro auditivo” convirtiendo la edición en “un auténtico éxito”.

Comunicación en red

En relación con la transformación digital y los beneficios de comunicarse a través de las redes sociales, De Amescua expresa que siempre dice a las empresas que las utilicen “para



mostrarse como son ellos en su día a día, hablar con sus clientes para preguntarles qué tipo de contenido les gustaría ver y crear un contenido con la mayor naturalidad posible”. Es importante, explica, “entender el objetivo de cada red social y publicar en función de esta”, ya que “no podemos crear el mismo contenido en Instagram que en Twitter o en LinkedIn”. En la industria del sector, según Elisa de Amescua, “cualquiera de las redes de Meta (Facebook, Instagram o WhatsApp) son perfectas para enseñar lo mejor de nosotros a nuestros clientes y poder comunicarnos de una forma cercana y desenfadada con ellos”. Además, también resulta “un canal perfecto para, gracias a la microsegmentación, atraer a potenciales clientes a tu negocio”.

Como desventaja de la transformación digital, Elisa de Amescua, considera que Internet es un canal muy demandante, provocando que “en muchas ocasiones se desatienda: o bien se queda en el olvido, dando una mala imagen del centro, o bien se externaliza por completo”. El problema de que otra persona que no sea parte del equipo se encargue de publicar en las redes, según la directora de marketing del sur de Europa, “es que no estaremos sacando todo el partido que ofrece, ya que perderemos la espontaneidad, y esto es una de las cosas que más valoran los consumidores de contenido”.

Los retos del futuro

Por último, en cuanto a los retos que se plantea actualmente el Grupo GN España, De Amescua explica que, a nivel de producto, “se espera una disrupción en el mercado con la inminente entrada de los OTC, una nueva oportunidad para los audioprotesistas, pero que no deja de ser un reto”. A nivel de negocio, considera que “la adquisición de centros auditivos por parte de grandes fabricantes es una amenaza cada vez mayor para los independientes; pero Grupo GN tiene una estrategia clara y un único objetivo para los gabinetes independientes: ayudarles a crecer y a tener un negocio rentable”. ■