

## **Directia refuerza su oferta de logística relacional con nuevos servicios de gestión en el punto de venta**

**El objetivo de la unidad de negocio de Mediapost es acercar las marcas a sus consumidores, mejorar la experiencia de compra en el punto de venta y seguir siendo la empresa de referencia en implementaciones promocionales. La oferta de Directia se completa con el nuevo software eCOS, especializado en la administración de materiales promocionales y servicios en el punto de venta**

Directia, la unidad de negocio de Mediapost especializada en logística relacional, ha reforzado su oferta con nuevos servicios de gestión en el punto de venta (PDV) y un nuevo software para las campañas de marketing en el sector retail, eCOS, gracias al que se puede ahorrar hasta un 50% del tiempo de gestión y aumentar la tasa de ventas incluso en un 35%.

De esta manera, Directa completa su oferta de servicios y suma a su experiencia en logística convencional y promocional, la mejora de la gestión de eCommerces y puntos de venta. El objetivo es acercar las marcas a sus consumidores, mejorar la experiencia de compra (sea en una tienda física u online) y seguir siendo la empresa de referencia en implementaciones promocionales para todo tipo de negocios.

El mayor cambio en los servicios se centra en la mejora y optimización de la logística en el punto de venta. En palabras de David Arteaga, responsable de esta unidad de negocio de Mediapost, “el PDV es el principal punto de contacto entre una marca y sus clientes, por lo que es necesario tener en cuenta atributos como la imagen gráfica o los mensajes clave para llevar a cabo cualquier acción y conectar con el target”.

Directia pone a disposición de los clientes servicios de consultoría, visual merchandising y trabajos de campo, además de ofrecer asesoría en la fabricación de los stands, mobiliario o PLV para que el almacenaje y transporte de la cadena logística sean eficientes. Es decir, ofrece, de principio a fin del proceso, soluciones adaptadas a las necesidades reales de cada empresa y optimiza el rendimiento de las campañas.

Junto a estas mejoras en el punto de venta, Directia comercializa en exclusiva en España el software eCOS, una herramienta que facilita la gestión de materiales y servicios a los profesionales del marketing. Con ella, los negocios del sector retail pueden alcanzar cifras de ahorro de hasta un 50% del tiempo de gestión y hasta un 30% en logística interna, así como incrementar su tasa de ventas en hasta un 35%.

“eCOS es un software indispensable para la gestión de todo lo referente al punto de venta, ya que reduce considerablemente el volumen de las tareas administrativas. Su uso permite administrar pedidos, materiales y acciones comerciales a las empresas, además de que proporciona mediciones

en tiempo real de los KPIs e informes con los que controlar stocks, calidad de la ejecución, etc.”, detalla Arteaga.

Todas estas novedades están soportadas por la tecnología propia de la compañía: Iris y Promodirectia. La primera plataforma sirve para comprobar el estado de la actividad logística y disponer de una trazabilidad completa del producto o material; Promodirectia, por su parte, es una solución para la gestión de material promocional, la segmentación adecuada de la información y para tener acceso y control constante de toda la campaña.

#### Nueva imagen corporativa y página web

Unido a la mejora de sus servicios, Directia ha renovado su imagen corporativa, ahora en color verde, y su página web para estar más próxima a los profesionales de las áreas de marketing, departamentos de trade marketing y desarrollo de producto e innovación, entre otros.

La elección de este color está ligada a los valores que transmite la compañía. El verde es el color del dinamismo, la frescura y la sostenibilidad. Directia y su logística relacional ayudan a las empresas a entablar relaciones comerciales sostenibles y duraderas con sus clientes, optimizando su logística y, por tanto, mejorando la efectividad en sus campañas.

La página web, mucho más fresca y con un estilo más moderno, se ha actualizado para dar cabida a todas las novedades. Uno de los aspectos que más destaca es su usabilidad, que garantiza una navegación fácil e intuitiva para todo aquel que quiera informarse sobre la oferta de Directia.

“El cambio en la página web y en la imagen corporativa es una decisión que llevamos tiempo meditando. Queríamos hacer algo de fácil consulta para el público y con un diseño moderno, y creo que lo hemos conseguido. Estamos muy contentos con el resultado final”, afirma Arteaga.

#### **Datos de contacto:**

Redacción

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Logística](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#) [Consultoría](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>