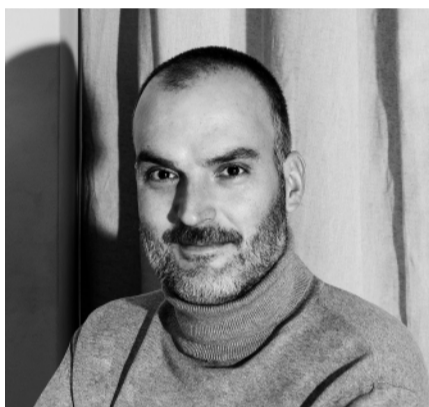


“No hay mejor plan de futuro que ofrecer a nuestros clientes aquello que precisen para continuar creciendo juntos”

Adrian Serralta Chorro Director de marketing e imagen

Creemos firmemente en la democratización del sector de la decoración y el interiorismo y trabajamos día a día para ofrecer productos de calidad y diseño a precios accesibles.



En IXIA cuidan cada detalle, desde la atención personalizada de su equipo comercial, la fotografía de producto, la gestión de los pedidos, el servicio postventa o una logística eficiente. Trabajan para ofrecer el mejor producto y hacer que llegue a las manos de sus clientes cuando y como lo necesiten. “Son 25 años ya los que llevamos afianzándonos en un sector tan importante y competitivo, aprendiendo, creciendo paso a paso, implantando nuevas tecnologías, procesos y tratando de avanzarnos a las tendencias para ser capaces de ofrecer un catálogo que se ajuste -y muchas veces se adelante- a las necesidades del mercado”, comenta Adrian Serralta Chorro, director de marketing e imagen de IXIA Regal.

Además, hace 5 años, coincidiendo con su 20 aniversario, lanzaron al mercado DENZZO, su marca de muebles exclusivos que continúa en expansión y crecimiento, consolidándose en su target con muy buena aceptación y resultados.

La pandemia ha obligado a aplazar incluso los cumpleaños... ¿Este 2022 podréis celebrar vuestro 25 aniversario?

Pese a que 2021 ha sido un año esperanzador (tras la pandemia), con la vuelta a las ferias

presenciales, sin duda, no era año de celebraciones. Creemos que lo correcto era concentrar nuestros esfuerzos en la planificación de las próximas campañas, la implantación de medidas de seguridad o en cosas tan importantes como la conciliación y la vuelta al trabajo presencial.

Así lo interiorizamos pese a lo importante de la fecha. Ahora, ya con un medio pie en 2022 y con Feria INTERGIFT en el horizonte, tenemos el tiempo necesario para plantearnos celebrar estos 25 años, es algo que no dejaremos pasar. Confiamos que será un año cargado de sorpresas y esperamos poder llevar adelante diversas acciones cuando la situación actual mejore.

Pero las celebraciones no han sido los únicos problemas derivados de la COVID-19, ¿cómo os ha afectado a nivel comercial?

El aumento en los precios de las materias primas, los combustibles, fletes y energía han marcado este año a todos los niveles a nivel mundial. La congestión que han sufrido las vías globales de suministro ha resultado ser un cuello de botella que ha afectado al ritmo de producción y fechas de entrega de una forma que, en muchos casos, ha escapado al control de las empresas y que nos ha obligado a un ajuste de precios y márgenes constante.

Ha sido un año complicado a nivel organizativo, no puede negarse, pero que terminamos con un buen sabor de boca. Hemos trabajado sin descanso para poder ofrecer a nuestros clientes las mejores opciones, ser capaces de adaptarnos a las embestidas con rapidez y minimizar al máximo los inconvenientes.

Aun así, os habéis afianzado en el sector. ¿Cuál es el secreto y qué características destacarías de vuestros productos?

No hay secreto ni fórmula mágica. Desde la selección de producto de calidad, el diseño, la gestión, la red comercial o la atención al cliente. Trabajar con dedicación y compromiso, ofreciendo una gran rotación de producto es, junto al contacto estrecho con el cliente y una logística eficiente, fundamental para que el engranaje funcione y dé resultados.

En una situación como la actual, el esfuerzo conjunto y la previsión han sido fundamentales para planificar y adelantarnos a los escenarios de desabastecimiento o retrasos que han acabado afectando al mercado de una forma global.

Háblanos un poco de vuestros productos...

¿Nuestros productos? Pues contamos con un amplísimo catálogo que alimentamos semana tras semana con nuevas referencias. Desde muebles clásicos renovados, mesas, sillas, sofás, cuadros, espejos, a la decoración más actual. Tratamos de llegar al máximo de público posible tanto si hablamos de diferentes estilos como de colores, formatos o materiales.

¿Qué planes tenéis de cara al futuro?

Nos sentimos cómodos en esta dinámica: seguir trabajando como hasta ahora, con compromiso y superación, implementar nuevas ideas, métodos de trabajo e ir puliendo todo aquello en lo que creemos debemos mejorar.

Seguimos con atención los consejos y sugerencias de nuestros clientes, y consideramos que no hay mejor plan de futuro que ofrecer aquello que precisen para continuar creciendo juntos.

Pero antes, parada obligada en la Feria Intergift 2022 del 2 al 6 de febrero. ¿Qué nos puedes contar de vuestra presencia allí?

En IXIA vivimos con mucha ilusión la preparación de una feria y, sobretodo, el lanzamiento de la colección Primavera/Verano. Llevamos desde nuestros inicios participando de forma ininterrumpida en INTERGIFT, colaborando estrechamente y aportando nuestro grano de arena para que se consolide como la feria más importante del sector a nivel nacional.

Como te puedes imaginar, planificar, desarrollar y sacar adelante un stand con más de 7.000 referencias (y tener que montar todo en apenas unos días) es un esfuerzo en equipo, minucioso y agotador, pero también muy gratificante.

Poder presentar todas nuestras novedades y recibir el feedback en directo de nuestros clientes es la culminación a meses de trabajo y toda una apuesta tanto organizativa como económica.

Son unos días intensos en los que aprovechamos para reforzar lazos, estrechar manos por primera vez y mirar al futuro juntos.

Apenas quedan unas semanas, ¡os espero! Nos vemos en Madrid.



www.ixia.es

