

Pasión
Liderazgo
Exclusividad
Colaboración
Excelencia



DOSSIER CORPORATIVO

*Si eres un design lover,
Únete a los design makers*

Qué es Red hoy

RED es una asociación española formada por empresas del sector industrial hábitat que promueve los valores del diseño como estrategia competitiva.

Las empresas asociadas obtienen de forma colectiva reputación y visibilidad de sus marcas, comparten información de valor, participan en la interlocución como lobby con capacidad de influencia ante las AA.PP., proveedores, ferias, etc. en los que la presentación como colectivo sirve como fuerza de negociación; acceden a las redes del diseño, practican el networking interno y se benefician de economías de escala.

RED atrae a los profesionales nacionales e internacionales de la arquitectura y el interiorismo que buscan marcas españolas para sus proyectos, y a prescriptores de opinión para obtener contenidos de imagen diseño creado en España.

Para ser miembro hay que cumplir con unos criterios de valoración que son evaluados por la junta directiva; las marcas asociadas se transfieren valores no solo por entender el diseño como factor estratégico, sino también por su posición y credibilidad en los mercados, por tanto, ser marca RED supone un sello de garantía para muchos de los interlocutores nacionales e internacionales del sector diseño.

De dónde venimos y adónde vamos

En enero 2019 la asociación cumple 10 años. La RED que nace en el nº 281 de la calle Provenza de Barcelona, tiene su origen en febrero de 1993 en el nº 237 de la misma calle y ciudad. Ambas etapas cuentan con nexos comunes, sus fundadores y sus propósitos. Las marcas fundadoras en 2009 fueron ocho: ABR, BD BARCELONA DESIGN, JOQUER, MARSET, MOBLES114, NANIMARQUINA, ONN OUTSIDE y SANTA&COLE.

La estrategia de RED desde su creación ha dado frutos porque la suma de marcas y productos de diseño ha conseguido obtener una suficiente notoriedad y visibilidad para acceder a unas instituciones privadas y públicas que de forma individual no son alcanzables.

La transformación del sector tras la crisis global ha hecho evolucionar a las empresas y el mercado: aparecen nuevos modelos de negocio, nueva cultura de empresa, nuevas formas de comportamiento del cliente, operaciones y procesos. RED cuenta hoy con la inteligencia de mercado, los recursos y las actividades clave para hacer llegar la propuesta de valor de las marcas a los públicos objetivos de las empresas: interioristas, arquitectos, diseñadores, periodistas, influenciadores, escuelas y universidades, ferias, instituciones privadas y públicas que fomentan la cultura del diseño.

El ADN de RED

MISIÓN

Conectar las marcas Red con:

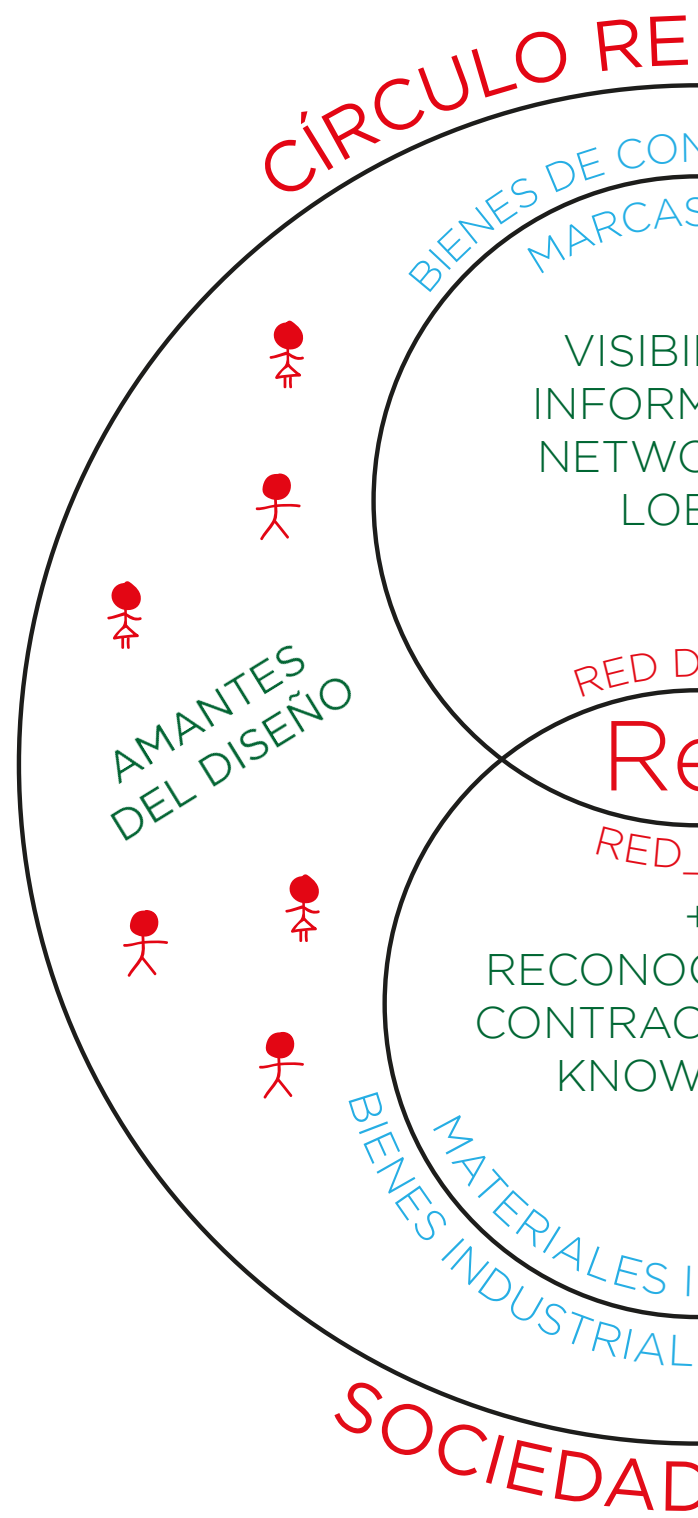
- los profesionales prescriptores de opinión
- los profesionales prescriptores de proyectos de arquitectura e interiorismo.
- Los entes públicos y privados de apoyo al diseño y la innovación
- Y acercar el diseño a la sociedad como contribución a la generación de una cultura del diseño.

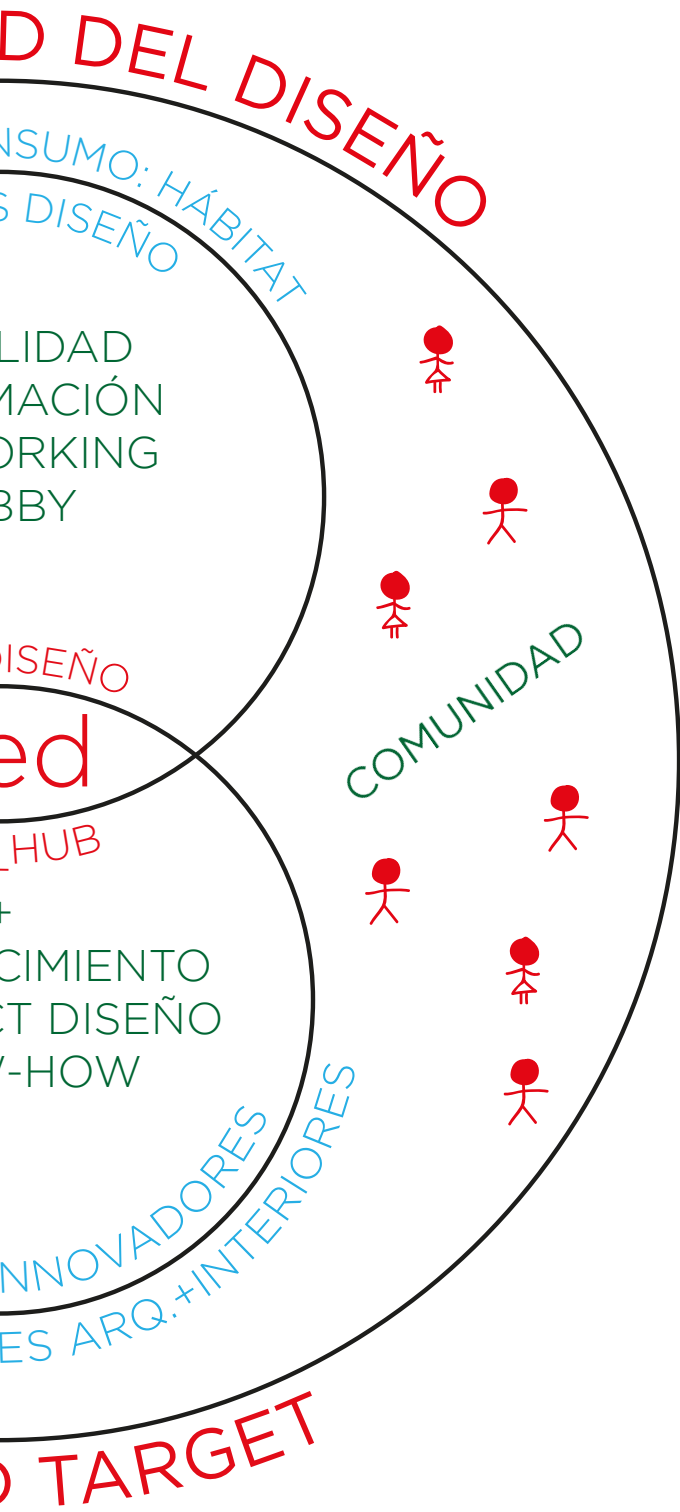
VISIÓN

Ser el primer lobby empresarial del sector hábitat y referente nacional e internacional para todos los actores del universo del diseño.

OBJETIVOS

- Acompañar a las marcas asociadas en su estrategia de promoción, comunicación y marketing para potenciar su crecimiento y competitividad.
- Promover y desarrollar la facilitación de proyectos de arquitectura e interiorismo con las marcas asociadas para equipar espacios privados y públicos 100% diseño “made in Spain”.
- Representar, defender y ejercer la interlocución de las empresas asociadas ante entidades privadas y públicas para conseguir beneficios comunes.
- Establecer, fomentar y mantener contactos, vínculos y colaboración con asociaciones, federaciones, ferias u otras herramientas de promoción, expansión y acciones de los sectores industriales representados en Red: bienes de consumo y bienes industriales para la arquitectura e interiorismo.
- Fomentar en conjunto y de forma colaborativa el valor cultural del diseño y la innovación en la empresa, los profesionales y en la sociedad a través de la creación de una comunidad de amantes del diseño: Círculo Red.





Ejes de la estrategia corporativa

RED utiliza los valores del cooperativismo, la experiencia y el conocimiento de los canales de relación para hacer lobby y conseguir influenciar las opiniones y decisiones de los públicos objetivos en beneficio de sus marcas:

Influencia

Relación con líderes de opinión con capacidad de influencia en el hábitat diseño internacional

Comunicar la definición de la misión y valores del colectivo a los públicos objetivos en tono prestigio.

Comunicar el valor de competitividad de las empresas RED y sus marcas: diseño original, criterio, calidad para el consumo, el canal de prescripción.

Impacto social: Atraer a la masa social para generar cultura de diseño y consumo de marcas españolas del diseño e innovación

Prescripción

Promover proyectos de interiorismo y arquitectura 100% diseño “made in Spain”

Know-how: Compartir el conocimiento y experiencia de las empresas en el entorno de comercio, promoción, marketing, producción, etc, para aumentar la competitividad.

¿Qué recibe un socio Red?

Reconocimiento y visibilidad (Pull)

- Un canal a través del cual expresar opinión e influenciar.
- Pertenecer al único grupo de marcas exclusivas del diseño y la innovación.
- RRPP y Comunicación colectiva.
- Presencia de las marcas y difusión de contenidos a través de los canales online.
- Estar en el Directorio general de marcas y productos.
- Conexión y mediación con organismos públicos y privados de promoción del diseño, patronales, ferias, colegios profesionales, universidades, etc.
- Networking interno y externo con aliados estratégicos.

Know-how y business (Push)

- Mediación en la prescripción de proyectos integrales de arquitectura e interiorismo.
- Know-how de comunicación y marketing de marcas de diseño.
- Know-how de promoción en el canal de prescripción profesional.
- Incentivos económicos a través de convenios de colaboración con empresas proveedoras y colaboradoras.
- Acceso a información de mercado, *management* y tendencias a través de encuentros profesionales exclusivos.
- Acceso exclusivo a la participación en actividades de promoción colectiva:

Programa de actividades propias de promoción colectiva en desarrollo: 2019-2023

Influencia + Prescripción

1. Evento semestral Networking social, inicio previsión primavera 2019
2. Evento anual Marketplace RED, edición cero: previsión otoño 2019
3. Campaña de publicidad colectiva online + offline, inicio previsión primavera-verano 2019
4. Mentoring Dirección General, desde enero 2019

10 años RED

De 29 a 40 marcas asociadas
85 solicitudes de adhesión
75 eventos de RRPP, 8 por año
825 participaciones, 11 por evento

De 910mill€ a 1.055 mill€, +16%
De 29% a 50% exportación, +70%
Nota media de satisfacción: 4 de 5

Empresas asociadas 2018:

<https://www.red-aede.es/redmembers/>

Entidades protectoras 2018:

<https://www.red-aede.es/la-asociacion-red/red-protectors/>

Entes colaboradores 2018:

<https://www.red-aede.es/la-asociacion-red/nuestros-colaboradores/>

Apoyo institucional:



Miembros de la patronal:



RED

APORTA MÁS
VALOR Y
ESTRECHA LOS
VÍNCULOS ENTRE
SUS SOCIOS

RED

ES UNA
PLATAFORMA
DE LOS
MEJORES, NO
DE TODOS

RED

LOS SOCIOS Y
PROTECTORES
SON CLIENTES VIP

RED

EL VÍNCULO
VIENE POR LOS
SERVICIOS

RED

EN 10 AÑOS
HEMOS
CONSEGUIDO UN
SELLO DE VALOR
PARA LOS
SOCIOS

RED

ES UN ESPEJO
PARA LOS QUE
BUSCAN DISEÑO
ORIGINAL Y
MARCAS LÍDERES,
INSPIRADORAS E
INFLUYENTES