

## **Junkers refuerza la eficiencia energética en el hogar mediante una campaña de publicidad dirigida al usuario final**

Octubre 2012

IB 426

Página 1 de 2

Consciente de la importancia del uso de las energías renovables, Junkers promueve, desde hace años, diversas iniciativas dirigidas a concienciar a los ciudadanos de la importancia de utilizar energías renovables en sus instalaciones, ayudando así a preservar los recursos naturales.

El término de eficiencia energética y sus beneficios medioambientales y de ahorro económico son las dos ideas claves que Junkers pretende reforzar en su comunicación, como argumentos de venta de sus productos de mayor rendimiento y confort: calderas murales de condensación, calentadores termostáticos, bombas de calor y sistemas solares térmicos.

Durante los meses de octubre y noviembre Junkers se acerca nuevamente al usuario final, esta vez, con un refuerzo a su campaña “Casa eficiente”, con un amplio apoyo publicitario en medios impresos y ‘on line’ focalizado en un anuncio con la eficiencia energética en la vivienda como punto central, reforzando así las tecnologías Junkers que sirven para hacer de la casa, un lugar eficiente: calderas murales y de pie de condensación, calentadores termostáticos, bombas de calor y sistemas solares térmicos.

La campaña “Casa eficiente Junkers” también incluye algunos reportajes especiales en varias revistas de gran difusión nacional para dar más información y acercar la tecnología con sus ventajas y aplicaciones a los clientes. Se trata de una acción de Junkers que se suma a la labor de la marca en el campo de la eficiencia energética a nivel profesional y de usuario. Buen ejemplo de ello han sido los modelos de “La Casa eficiente” instalados en centros comerciales y eventos, teatros para los niños, la publicación de un libro infantil, el concurso de pintura para niños, la jornada para prescriptores, etc.

Como novedad, se han desarrollado varias acciones ‘on line’ como el envío de un *emailing* para profesionales, una *landing page* de temática “casa eficiente”

con casas virtuales en 3D, a la que se accede a través de la web: [www.junkers-casa-eficiente.com](http://www.junkers-casa-eficiente.com) desde donde el usuario será redirigido a la web de Junkers para completar información de producto y marca, y próximamente, un concurso en facebook para usuarios.

Una serie de acciones, en suma, que tienen en común la búsqueda de la eficiencia energética en el hogar a través del uso de tecnologías innovadoras de Junkers que destacan por su máxima eficiencia energética, sin renunciar al confort ni al respeto del medio ambiente.

Ver foto de prensa anexa

Para más Información: [www.junkers.es](http://www.junkers.es)

**Contacto para la prensa:**

Lorenzo Jiménez

Teléfono +34 91 3279 226

e-mail: [lorenzo.jimenez@es.bosch.com](mailto:lorenzo.jimenez@es.bosch.com)

Junkers – marca de la división Bosch Termotecnia perteneciente al grupo Bosch – ofrece, desde hace ya más de 100 años, soluciones inteligentes para el confort individual con productos que respetan el medio ambiente, de alta fiabilidad, fácil manejo y bajos consumos. Junkers ofrece una amplia gama de soluciones de calefacción, agua caliente sanitaria y aire acondicionado de primera calidad. Apuesta cada vez más por el uso de energías renovables ofreciendo productos eficientes y orientados al futuro, como las calderas de condensación, los sistemas solares térmicos y las bombas de calor.

Para más información [www.junkers.es](http://www.junkers.es)

El Grupo Bosch es una empresa internacional líder en tecnología y servicios. Más de 300 000 personas consiguieron en el ejercicio 2011 unas ventas de 51 500 millones de euros en las áreas de Técnica de Automoción, Técnica Industrial, y Bienes de Consumo, Seguridad y Comunicación. El Grupo Bosch está constituido por Robert Bosch GmbH y aproximadamente 350 filiales o sociedades regionales en unos 60 países. Si se incluyen los socios comerciales,

Bosch está presente en cerca de 150 países. Esta red mundial de desarrollo, fabricación y ventas constituye la base de su futuro crecimiento. En 2011, Bosch invirtió unos 4200 millones de euros en I+D y registró más de 4100 patentes en todo el mundo. Con todos sus productos y servicios, Bosch mejora la calidad de vida de las personas mediante soluciones innovadoras y beneficiosas. Para más información: [www.bosch.com](http://www.bosch.com), [www.bosch-press.com](http://www.bosch-press.com)