

Geobuzón e IKEA unen fuerzas para repartir más de 7,5 millones de catálogos durante la ‘vuelta al cole’

500 carteros comerciales distribuirán el catálogo más esperado del nuevo curso en 956 poblaciones de toda España durante 3 semanas. Desde hace 19 años, Geobuzón se encarga de hacer llegar al público los ejemplares del deseado catálogo de IKEA. En esta edición, el catálogo tendrá 294 páginas y se editará en castellano, catalán, euskera, gallego e inglés

Llega la ‘vuelta al cole’ y con ella, el nuevo catálogo de IKEA en casa. Como la tradición que ya es, la “biblia” de la decoración llega a los buzones de toda España para animar el regreso a la rutina y para que todo el mundo tenga en la palma de la mano las tendencias de estilo para el hogar de la próxima temporada otoño-invierno.

Un año más, y ya van 19, Geobuzón, unidad de negocio de Mediapost especializada en marketing directo y buzoneo inteligente, es quien se hace cargo de la distribución de los catálogos. Durante las próximas tres semanas, más de 500 profesionales de la compañía de buzoneo recorrerán las calles del territorio español para que ninguna vivienda se quede sin el suyo.

El catálogo de IKEA es una de las publicaciones más impresas y leídas del mundo gracias a sus 70 versiones y a su reparto en más de 50 países y en 35 lenguas. La primera edición a nivel mundial de esta impresión se distribuyó en 1951 en la localidad sueca de Älmhult. Hoy, casi 70 años más tarde, es un auténtico referente para los amantes del interiorismo, pero también para aquellos a los que les gusta imaginar cómo sería la casa de sus sueños.

En España, desde este mismo jueves, más de 7,5 millones de unidades se repartirán en los hogares de 956 poblaciones. En esta edición, el catálogo tendrá 294 páginas y se editará en castellano, catalán, euskera, gallego e inglés para las zonas costeras (Asturias, Málaga y Valencia).

“Distribuir el catálogo de IKEA no es tarea sencilla, hay mucho trabajo que no se ve detrás. No se trata de un reparto indiscriminado, sino que la labor que realizamos en Geobuzón incluye analizar el territorio con herramientas de geolocalización y geomarketing para ver qué zonas son óptimas y, así, lograr que el catálogo llegue a los verdaderos interesados”, indica el responsable global de Geobuzón, Juan Castañón.

19 años de reparto

La unidad de negocio de Mediapost lleva 19 años siendo la empresa encargada del reparto de este catálogo, desde 2001. En todo este tiempo ha distribuido más de 152 millones de ejemplares en España, con un peso medio de 330 gramos y unas medidas de 19x20,5x1 centímetros.

En palabras de Juan Castañón, “en estos 19 años, hemos visto a los consumidores cambiar sus hábitos de compra, pero el catálogo de IKEA se mantiene constante en el tiempo. Año tras año, son más las familias que esperan este momento y que dedican horas y horas a mirar sus productos. La llegada al buzón de estos ejemplares es ya un acontecimiento social”.

El catálogo de IKEA es aquel que se guarda de un año para otro para consultar cada vez que sea necesario, el que gusta ojear detenidamente y el que vuelve a demostrar que el buzoneo no sólo es efectivo sino, además, la estrategia de marketing perfecta para quedarse en la memoria del cliente potencial.

Datos de contacto:

Autor

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

Categorías: [Nacional Interiorismo Comunicación Marketing Cursos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>