

Entender el marketing experiencial desde las experiencias: perspectivas y sueños de Robert Bonada

En una entrevista sin precedentes, Robert Bonada, comparte sus pensamientos y visiones acerca de los desafíos y oportunidades en la industria del marketing experiencial. El CEO de Samplia resalta la meta de la empresa de seguir innovando y creando estrategias que generen un impacto positivo en el mercado, permitiendo a las marcas llegar de manera efectiva a sus audiencias. Un testimonio revelador de un líder emprendedor en el apogeo de su carrera.

Robert Bonada es un innovador. Es de esas personas de mirada inquieta y de intelecto agudo al que puedes empezar entrevistando y terminar respondiendo a sus preguntas. Quizás sea esta curiosidad del CEO de Samplia, y el trabajo duro, por supuesto, lo que ha convertido a su empresa en una de las líderes en el ámbito del marketing experiencial. Bonada comparte su visión y perspectivas sobre el futuro de la industria del marketing así como sus retos, inspiraciones y sueños: "Las emociones y sentimientos auténticos siempre han sido los principales motores de las decisiones de consumo. Es por ello que empresas como Samplia han irrumpido con fuerza en el dinámico y exigente campo de la mercadotecnia, enfocándose en ofrecer experiencias y conectar con las audiencias a un nivel más profundo".

Este objetivo, lejos de ser meramente utópico, refleja la visión de que el marketing experiencial es una poderosa herramienta de negocios que permite a las marcas llegar en forma efectiva a su audiencia y generar un impacto positivo en el mercado. El CEO y fundador de Samplia, expresó su firme deseo de seguir creando estrategias que vayan más allá del marketing tradicional y que engranen a la audiencia en un diálogo genuino con las marcas.

Robert Bonada hizo hincapié en el valor de ofrecer experiencias que no solo creen un recuerdo duradero sino que también sean capaces de promover la lealtad de los consumidores hacia la marca: "El poder de la experiencia reside en su capacidad de influir en las emociones y sentimientos de los consumidores, y es ahí donde reside el principal enfoque".

La entrevista reveló, asimismo, que vaya donde vaya Bonada, siempre está en la búsqueda de nuevas ideas innovadoras que puedan agregar valor a la oferta de Samplia. Tal y como afirmó: "Nuestro trabajo es crear experiencias memorables que potencien el vínculo emocional con la marca."

Bajo el liderazgo de Bonada, Samplia continúa definiendo el futuro del marketing experiencial, creando nuevas formas de convertir cada interacción en una experiencia única y significativa. En un mundo en constante cambio, la apuesta de Samplia por el desarrollo de estrategias novedosas y auténticas representa un gran avance para el futuro del marketing.

Durante la entrevista, expresó de manera sencilla la esencia de la empresa: "así se lo explico a mi hija- declaró- en Samplia regalamos productos gratis a todo el mundo para que los prueben y digan si les gustan". Esta afirmación es un reflejo de la filosofía de la empresa y una muestra de cómo Samplia se esfuerza por comprender a sus consumidores.

Asimismo, compartió su admiración por figuras como Ramón Laguarta, CEO de PepsiCo, mostrando interés en cómo este último equilibra el aumento de ventas con el impacto medioambiental, lo cual demuestra la importancia que da Bonada a la sostenibilidad en la industria de la mercadotecnia.

Al ser consultado sobre los inventos que más admira, Bonada bromeó mencionando primero las máquinas Samplia, aunque rápidamente señaló a Internet como el invento que más le impacta. Expresó su curiosidad por el futuro y su deseo de ver cómo evoluciona la sociedad en los próximos 500 años, en particular, cómo se desarrollará el consumo.

Bonada compartió además algunos de sus intereses personales y profesionales. Reconoció su admiración por campañas publicitarias de marcas como Vicio, o la reciente avalancha de Barbie, y destacó que le gusta ver documentales y reportajes biográficos en las diversas plataformas de streaming y mencionó su interés en las nuevas tendencias en redes sociales como Tik Tok y otras plataformas.

También reveló su afición por la música, citando "La Flaca" como su canción favorita, y hasta contó una historia de cómo su equipo de Samplia le hizo una parodia del tema de Jarabe de Palo y se la cantaron entre todos por su cumpleaños. "Fue un momento maravilloso, y quizás sea la esencia de todo lo que logramos con Samplia: ser una familia que conecta experiencias con consumidores, una familia que no para de crecer, pero sobre todas las cosas, no para de crear y de crear".

Samplia es una empresa líder en el campo del marketing promocional con expertise en la distribución inteligente de muestras a través de su app Samplia, que ya cuenta con una comunidad de más de 1.7 millones de consumidores dispuestos a probar, evaluar y opinar sobre los productos de sus clientes. Gracias a su innovadora plataforma y su amplia base de usuarios, se ha posicionado como la empresa número uno en el sector de Sampling Inteligente.

La empresa española tiene presencia en varios países de Europa y América. Entre los servicios que ofrece a las marcas se incluyen las Máquinas Samplia (que fueron las primeras máquinas de sampling del mundo), los exclusivos locales Samplia Experience para crear pop-up stores en ubicaciones premium y Experiencias de Marca360, ¡las cabeceras de góndola SampliaGO! en líneas de caja de los mejores Carrefour, Micro y Macroeventos, Sampling especializado en retailers o Roadshows.

El objetivo de todas las campañas de Samplia siempre es realizar samplings medidos y digitalizados, conseguir más de 12 millones de impactos visuales al mes, obtener feedback del 85% de los probadores y presentarlos en estudios de mercado cuantitativos y aumentar significativamente las ventas y la recompra de los productos promocionados. Más información sobre Samplia en www.samplia.com

Datos de contacto:

Rafael Vázquez

Samplia

658808784

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

Categorías: [Nacional](#) [Franquicias](#) [Marketing](#) [Madrid](#) [Emprendedores](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>