

Vinculat al món de l'empresa des de fa quinze anys, en Paco Riera, de Barcelona, té un extens currículum que abraça empreses amb activitats diverses com poden ser les finances, la publicitat o la formació, però sempre tenint en compte les tècniques de màrqueting directe. Ell mateix ens explica la seva trajectòria professional: **"Vaig començar treballant a la Caixa de Barcelona, avui integrada a la Caixa de Pensions, al mateix temps que compaginava la feina amb els meus estudis de ciències de la informació. Vaig estar gairebé dos anys a l'oficina central i després em va arribar l'oportunitat d'entrar al Departament de Promoció i Publicitat."** Calia fer un llançament important del producte "Caixa Oberta" i es va pensar en les aleshores innovadores tècniques de màrqueting directe: **"Em va semblar que podia ser un camp de desenvolupament important i molt proper als meus estudis universitaris, i vaig aprofundir en aquestes tècniques."**

**"El màrqueting directe és bàsicament resposta, identifica persones propenses a consumir un producte i intenta provocar una resposta, que pot ser immediata o a posteriori"**, explica el nostre entrevistat, i afegeix: **"La gran diferència respecte a altres tècniques és que és sempre mesurable. La inversió publicitària exigeix, un cop finalitzada la campanya, saber quina ha estat la resposta del públic i si la inversió ha resultat positiva."** Tanmateix, fa quinze anys, quan en Paco va començar, la formació en aquest camp gairebé no existia: **"Pràcticament ens vam haver de formar nosaltres mateixos, no hi havia escoles, sinó que professionals que havien estat a l'estranger ens explicaven el seu funcionament i, d'altra banda, llegíem els autors de fora que en parlaven en els seus llibres i en revistes especialitzades."** De totes maneres, també és necessari ressaltar el paper fonamental que va jugar en aquells moments l'Associació Espanyola de Màrqueting Directe (AEMD): **"Penso que és de justícia reconèixer els seus mèrits, perquè sempre ha tingut molta cura a portar ponents importants i posar a l'abast dels professionals els seus serveis. Actualment, està integrada en una federació -FECEDM- de la qual sóc vocal de la Junta, i que té la seu a la nostra ciutat."**

Després de la bona feina aconseguida amb la promoció de "Caixa Oberta", es va treballar en altres productes. Arran de l'èxit d'aquestes campanyes, al nostre protagonista li va sortir la possibilitat de treballar per a una multinacional important: **"El grup de publicitat americà DMB&B em va proposar de crear una agència de màrqueting directe a Barcelona, que es va dir BB Direct. Vaig desenvolupar una cartera pròpia de clients de primera línia que començaven a aplicar les tècniques de màrqueting directe per a la comercialització dels seus productes i serveis."** Això fins l'any 1992, en què assumeix la direcció general de tot el grup de comunicació DMB&B a Catalunya, Llevant i les illes Balears: **"Això significa que m'encarrego tant de tot el que serien els equips creatius, com del servei al client i l'administració de l'agència, tant de l'above the line com del below the line."** L'experiència en aquest sector el va portar uns anys després a treballar per una a-companyia d'assegurances, Winterthur: **"Vaig assumir la direcció general de Winterthur Research, societat que havia creat el grup Winterthur a Espanya, amb la intenció de crear una xarxa de distribució nova,**

**moderna, que no comercialitzés els productes amb les tècniques tradicionals, sinó que estigués més a prop del màrqueting."** I segueix: **"La meva missió va ser bàsicament modernitzar i crear en paral·lel una nova xarxa que no entrés en competència amb la que ja hi havia i que impregnés de noves idees el món assegurador i financer."**

Finalment, ha estat el món de la formació a distància el que ha vist la necessitat de treure profit dels coneixements i la ja llarga experiència d'un professional com en Paco Riera: **"El juny del 1999 em vaig incorporar al projecte d'Aula Activa impulsat per uns socis tan importants com són la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), La Vanguardia, TV3, l'editorial RBA i la Universidad Complutense de Madrid."** El d'Aula Activa és un projecte d'ensenyament a distància amb dos grans elements diferenciadors: **"El primer és que els nostres són alumnes que anomenem telemàtics, que s'apunten al món de les noves tecnologies i que, per tant, es connecten a l'escola a través d'Internet. De totes formes, no desestimem els alumnes tradicionals perquè encara hi ha un sector important de mercat que no disposa d'ordinador personal."** I continua: **"El segon element important és que Aula Activa ofereix la possibilitat de seguir un model de formació similar al del món anglosaxó, en què les universitats ofereixen cursos d'extensió universitària oberts a la demanda externa."** Però, a qui van destinats? **"Hi ha molta gent incorporada al món laboral que, per les raons que sigui, no ha pogut accedir al món del coneixement i que, per tant, no té una titulació oficial prèvia. Es tracta d'oferir cursos amb una flexibilitat absoluta, que ajuden molta gent a adquirir un millor desenvolupament de la seva professió."**

Continuem aprofundint en aquesta qüestió i en Paco ens dona més detalls de la formació d'aquesta empresa: **"La UOC crea una marca que neix a finals del 1997 amb el nom d'Aula Oberta, com un test i només en l'àmbit català per saber quin resultat pot donar."** El resultat és francament esperançador: **"El 1998 es decideix a donar personalitat jurídica a l'empresa i és quan s'opta per buscar més socis, a part de l'editorial RBA, que ja havia participat en les primeres accions. TV3 i La Vanguardia s'interessen pel projecte i a més s'incorpora una altra universitat amb una gran tradició en el mercat espanyol i llatinoamericà."** D'aquesta manera, s'afegeix al projecte la Universitat Complutense de Madrid, que és la quarta universitat del món en nombre d'alumnes. Així, en Paco Riera continua en aquests moments al capdavant d'una empresa que sembla destinada a augmentar cada dia més el seu nombre d'alumnes i a seguir demostrant que sap fer la feina ben feta.

Agraït que el seu pare, malgrat les dificultats que va passar en un moment determinat de la seva vida professional, li donés el seu esperit de lluita i una formació universitària que l'ha portat a ser on és, en Paco sap que el camí no ha estat fàcil, però amb esforç i amb empena ha aconseguit treballar per a grans empreses i seguir sempre endavant: **"Tampoc vull oblidar la meva esposa pel suport i els ànims que sempre m'ha donat per solucionar algunes incerteses que se m'han anat presentant."** Els seus fills, Jeroni i Aleix, de ben segur han heretat aquest esperit inquiet que caracteritza el seu pare.



**“El màrqueting directe és bàsicament resposta”**

**Francesc Riera** - Barcelona (Barcelonès)