**1.** Shiseido es una multinacional dedicada a la alta cosmética. Shiseido fusiona las filosofías e innovaciones orientales y occidentales para actuar como modelo de inspiración para la belleza. La experiencia de Arinobu Fukuhara, fundador de Shiseido, como farmacéutico proporciona a la empresa de un elemento de conocimiento médico creíble, algo por lo que Shiseido sigue siendo reconocida y por lo cual destaca sobre otras marcas. La marca Shiseido está muy comprometida con la investigación dermatológica, la tecnología y con el lanzamiento de productos seguros e innovadores que potencian la belleza interior y exterior de las personas de todo el mundo. Además, la marca apuesta por un diseño elegante ya que lo consideran tan importante como la efectividad de los productos. Shiseido ofrece esta imagen de forma unificada en todos los medios de comunicación que utiliza.

Actualmente, Shiseido tienen un alto nivel en investigación y superan los estándares de la industria con la calidad de sus productos. Así, Shiseido ha recibido un total de 25 premios, como el premio proporcionado por la Federación Internacional de Sociedades de Química Cosmética (IFSCC). Asimismo, en 2000, todas las fábricas de Shiseido recibieron la certificación de gestión medioambiental ISO 14001 en reconocimiento al respeto por el medioambiente y la erradicación de las pruebas con animales.

Con relación a la comunicación, Shiseido dispone de perfiles en diferentes redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, y Youtube, realizando periódicamente diferentes tipos de publicaciones relacionadas con la innovación tecnológica en cosmética, el cuidado de la piel y sus productos. Por ejemplo, una de las últimas publicaciones destacadas en Facebook hace referencia a la tecnología ActiveForce de su maquillaje Synchro Skin Self-Refreshing Tint que resiste de forma activa el calor, la humedad y el movimiento. Shiseido dispone también de página web y utiliza códigos promocionales como el siguiente: “Inscríbete en nuestra newsletter y disfruta de un 20 % de descuento en tu primer pedido”. En ocasiones, también realiza promociones como: “disfruta de 25 % de descuento en nuestros sets (paquetes de productos)” o “disfruta de una muestra de regalo de la fragancia GINZA con todas tus compras”.

Además, Shiseido promociona sus productos en las redes sociales mediante diferentes colaboraciones como la actriz Úrsula Corberó, la cantante Hikaru Utada o la futbolista Megan Rapinoe que han participado en su última campaña POWER IS YOU. Asimismo, realiza anuncios en Google con el objetivo de aparecer en la primera página de búsqueda y reconducir el tráfico a su página web. Del mismo modo, utiliza anuncios que incorpora dentro de las redes sociales. También realiza acciones sociales y campañas de concienciación con el medio ambiente como la instalación en Madrid de una lona gigante impregnada con dióxido de titanio que desintegra las emisiones de CO2 que contaminan el aire del centro de Madrid. Finalmente, Shiseido utiliza publicidad en medios convencionales como publicidad en vallas publicitarias, mupis, spots publicitarios en televisión y publicidad en revistas.

PREGUNTAS

**1. ¿Crees que Shiseido utiliza un enfoque de Comunicación Comercial Integral (CCI)? Razona la respuesta, define el concepto de CCI y por qué es importante utilizar un enfoque de CCI para las empresas, en este caso, para Shiseido.**

**2. ¿Qué herramientas de comunicación está utilizando la organización hasta la fecha? Razona la respuesta.**

**3. ¿Crees que está utilizando una buena estrategia de comunicación? Razona la respuesta.**

**4. ¿Qué herramientas de relaciones públicas externas le recomendarías utilizar a Shiseido? y, ¿herramientas de promoción de ventas dirigidas a prescriptores? ¿Por qué? Razona la respuesta.**