



BROOKSFIELD
TORINO

topic | Marketing de
performance.

CASO DE ÉXITO:

Conoce cómo esta poderosa alianza utilizó Doppler para potenciar su negocio y obtener grandes resultados con Marketing Automation.



Índice de contenidos

Página 3	Acerca de la marca
Página 4	Brooksfield en números destacados
Página 5	El vínculo con Doppler
Página 6	Objetivos de Campaña
Página 7	Estrategia
Página 9	Resultados
Página 10	Brooksfield y Topic recomiendan



Acerca de la marca:

Brooksfield es una marca italiana que nace en Torino, mezclando la tradición y el legado de la sastrería pero adaptados a un mundo en constante cambio. **Hace 15 años desembarcó en Argentina y hoy es líder dentro del mercado de la indumentaria.** Muchas personas eligen la marca por la calidad de las prendas y también porque han encontrado una identificación personal.

¡Veamos cómo esta marca llevó su **Estrategia de Marketing** a otro nivel!

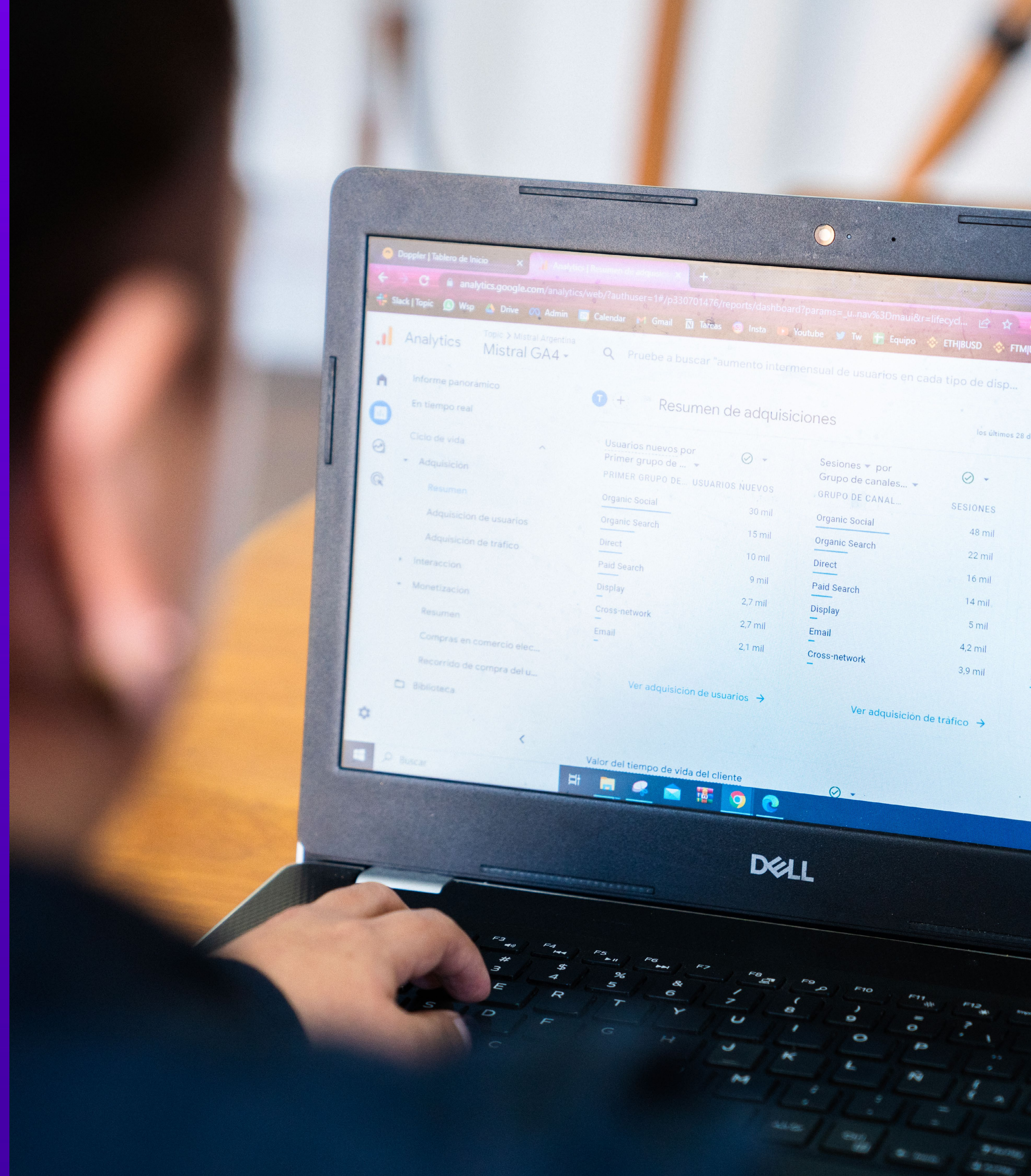
Brooksfield en números destacados:

- Más de 200 sucursales en el país y locales propios en los principales shoppings de Argentina.
- Locales propios en Córdoba y Santa Fe y multimarca en cada provincia del territorio argentino.
- Colecciones originales, vanguardistas y duraderas en el tiempo que se adaptan a cualquier época.



El vínculo con Doppler

Desde **Topic** comenzaron a trabajar en alianza con **Brooksfield** dentro del programa **Strategic Partners** generando contenido para explicar la importancia del Email en este esquema. En Topic trabajan con sus clientes en la estrategia e implementación de pauta publicitaria con filosofía data driven. Implementan estrategias que buscan impactar a la audiencia en distintos puntos del funnel a través del ecosistema publicitario de Google y Meta. A su vez, complementan su estrategia con Email Marketing, un canal que potencia significativamente las ventas de sus clientes para alcanzar los objetivos comerciales



¿Cuáles fueron sus objetivos?

- Aumentar sus ventas para fechas especiales como Cyber Monday o Black Friday.
- Activar un flujo para mostrar los productos destacados a los visitantes que no compraban.
- Segmentar su base con el fin de hacer **remarketing** con outfits relacionados en caso de que no hayan finalizado la compra.





¿Cuál fue su Estrategia?

Cyber Monday

En los días previos al **Cyber Monday**, la idea fue crear un flujo en base a diferentes comportamientos de estos nuevos usuarios para luego poder agruparlos dentro de dos segmentos:

- Clientes potenciales que interaccionan
- Clientes potenciales que no interaccionan

Además, crearon Campañas de Comportamiento en Sitio para cada categoría en las siguientes etapas:

- Activaron el flujo para mostrar los productos destacados con Emails con atractivos diseños en formato GIF a los visitantes que no compraban.
- Continuaron segmentando su base con el fin de luego hacer remarketing por medio de Campañas relacionadas con outfits en caso de usuarios que no hayan finalizado la compra.



¿Cuáles fueron los resultados obtenidos?

Campaña Cyber Monday

+30%

**Tasa de
Apertura.**

29%
CTOR

**En Campañas que informaban
últimos productos en stock o
últimos días del evento.**

65%

**de la facturación
total del mes.**



Brooksfield y Topic recomiendan:

*“Doppler ofrece varias herramientas para personalizar los flujos. Entre ellas la que usamos mucho es la de “conexión” que **permite crear flujos más complejos sin repetir ramas que tengan el mismo objetivo, y así poder optimizar el tiempo**”.*

“Recomendamos Doppler porque el marketing automation nos permite automatizar y personalizar nuestras comunicaciones con los clientes en diferentes etapas del recorrido del comprador”.

¿Quieres formar parte de próximo Caso de Éxito?

Contáctanos a info@fromdoppler.com y participa de este proyecto

Crea, envía, mide y optimiza tu Estrategia de Email, Automation & Data Marketing con Doppler.

¡Crea tu cuenta gratuita!

