



Wrangler®

topic | Marketing de
performance.

CASO DE ÉXITO:

Conoce cómo Wrangler aumentó un 40% su facturación mensual con Doppler.



Índice de contenidos

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



Acerca de la marca:

Wrangler es una marca icónica que ha marcado la historia de la moda desde principios del siglo XX. Fundada en 1904, en Greensboro, esta marca se convirtió en sinónimo de calidad y estilo en los años cuarenta.

Comenzaron fabricando jeans y ropa de trabajo en una empresa llamada Blue Bell, que luego adquirió la compañía Casey Jones y finalmente adoptó el nombre Wrangler en 1947. Desde entonces, ha sido elegida por íconos de la cultura pop, usada por históricos personajes del deporte y por referentes de distintas áreas.

Con su tejido innovador y tecnología adaptada a las necesidades actuales, **Wrangler** continúa siendo una marca de culto para los jóvenes de todo el mundo.

Veamos cómo Wrangler impulsó su Estrategia de Marketing utilizando Doppler

Wrangler en números destacados:

- 150 puntos de venta en Argentina.
- **Locales de venta en:** Chile, Perú, Ecuador, Brasil, Paraguay y Bolivia.
- En expansión en Europa y Asia.



El vínculo con Doppler

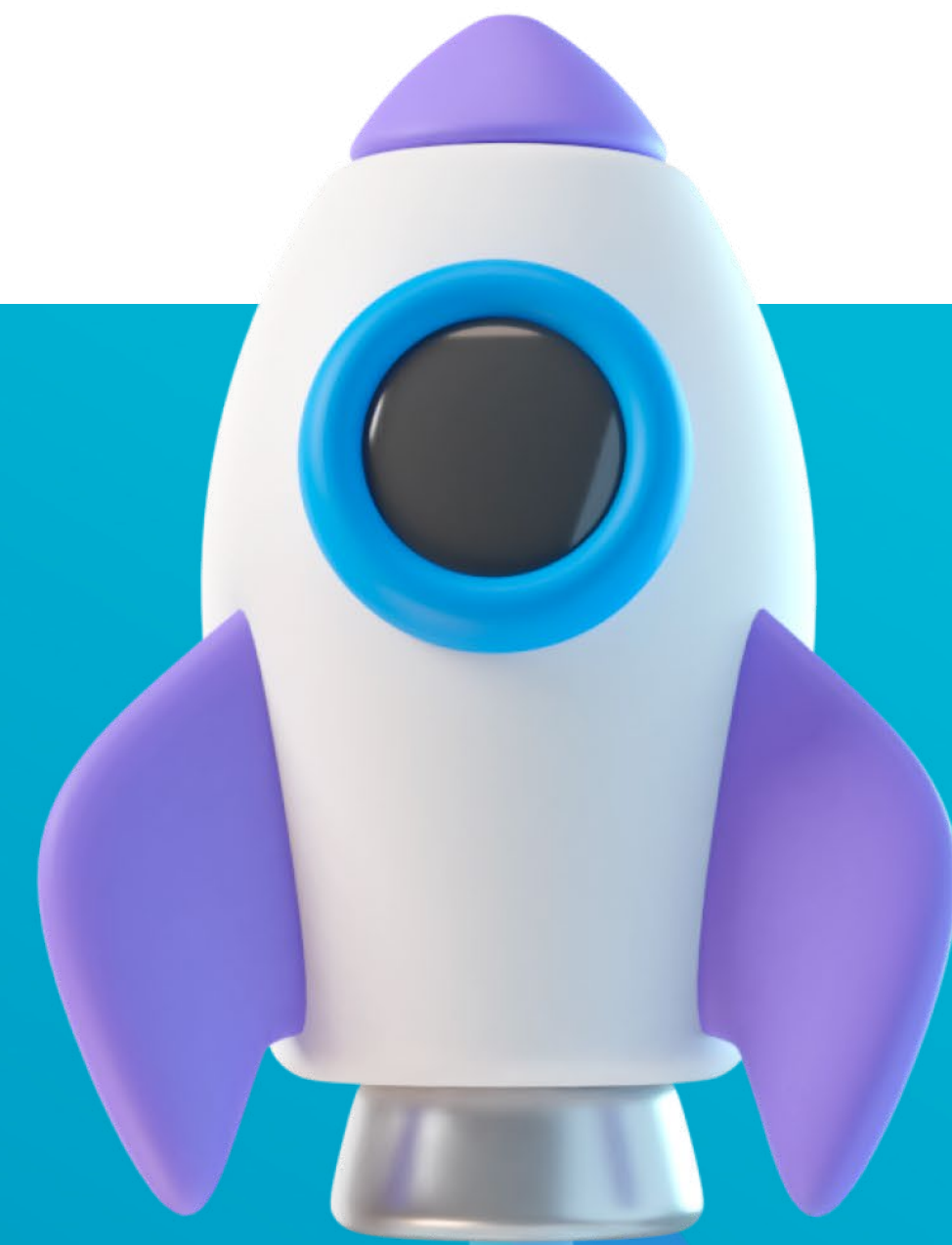
Belén Ralde, encargada de cuentas de Topic que ha colaborado la estrategia de Wrangler para la agencia, destaca que conocen Doppler hace mucho tiempo pero que utilizan la plataforma hace 1 año aproximadamente, a partir del programa de **Strategic Partners**.

Doppler se convirtió en una pieza fundamental en la Estrategia de Marketing, ayudando a afianzar nuevamente la relación con los clientes de Wrangler y a escalar las ventas del e-commerce.

Belén, además destaca: “trabajamos en la estrategia e implementación de pauta publicitaria con filosofía data driven. Implementamos estrategias que buscan impactar a la audiencia en distintos puntos del funnel a través del ecosistema publicitario de Google, Meta y Email Marketing”.

¿Cuáles fueron sus objetivos?

Wrangler se preparó para uno de los eventos más importantes de ventas como es el Hot Sale, semana en la cual se enfrentaron a una mayor competencia y la necesidad de destacarse de otras marcas.



¿Cuál fue su Estrategia?

Para aprovechar al máximo este evento decidieron aumentar la frecuencia de envíos diarios a su base de contactos, pasando a enviar 3-4 mails por día, gracias a la ventaja clave de tener su base segmentada por intereses.

Antes del Hot Sale trabajaron en la segmentación de la base de contactos de Wrangler. Es decir, identificaron grupos específicos de Contactos que estaban interesados en productos y promociones particulares, lo que les permitió ofrecerles una comunicación más personalizada y relevante.

ahorrá en seleccionados!



HASTA
30% OFF
3 Y 6 CUOTAS
SIN INTERÉS!



Cuando llegó el momento del Hot Sale utilizaron esta segmentación en su Estrategia: en lugar de enviar siempre el mismo mensaje a todos los Contactos, adaptaron sus envíos a cada segmento. Por ejemplo, aquellos que mostraban interés en buzos recibieron ofertas y promociones relacionadas con ese producto:

Mientras que los interesados en camperas recibieron los mix de modelos que había en stock y con descuento.

Este enfoque personalizado les permitió aumentar la frecuencia de envíos sin saturar la bandeja de entrada de su audiencia con mensajes irrelevantes. Sus Contactos recibieron promociones y outfits que realmente les interesaban, lo que aumentó la probabilidad de que participaran en el Hot Sale y realizaran compras.



¿Cuáles fueron los resultados obtenidos?

Luego del envío de sus Campañas, se observaban diferentes resultados:



Las tasas de apertura se mantenían por encima de su promedio



La tasa de clics sobre las aperturas (CTOR) llegó a ser de hasta un 45%



Las conversiones generadas sin dudas superaron el promedio que tenían en anteriores eventos: llegando a representar así el 27% de la facturación total de los demás canales de comunicación.



Wrangler y Topic recomiendan:

“Buscamos generar momentos de moda modernos y auténticos que inspiren. Combinamos la cultura, la moda y la música, incluidos los toques personales. Wrangler refleja el estilo de nuestro talento individual, dando vida a nuestro innovador y pionero sentido del estilo”



Nicolás Castro Rodriguez, Content Manager
en Wrangler. cuentas en Topic.

“Recomendamos Doppler por la facilidad de comunicarnos directamente con su equipo para obtener ayuda, resolver problemas o recibir asesoramiento; es una gran ventaja. La capacidad de hablar con un profesional dedicado puede marcar la diferencia cuando nos enfrentamos a desafíos técnicos o necesitamos orientación estratégica para maximizar los resultados de nuestras campañas de marketing automation”



Belén Ralde,
Ejecutiva de cuentas en Topic.

¿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!

