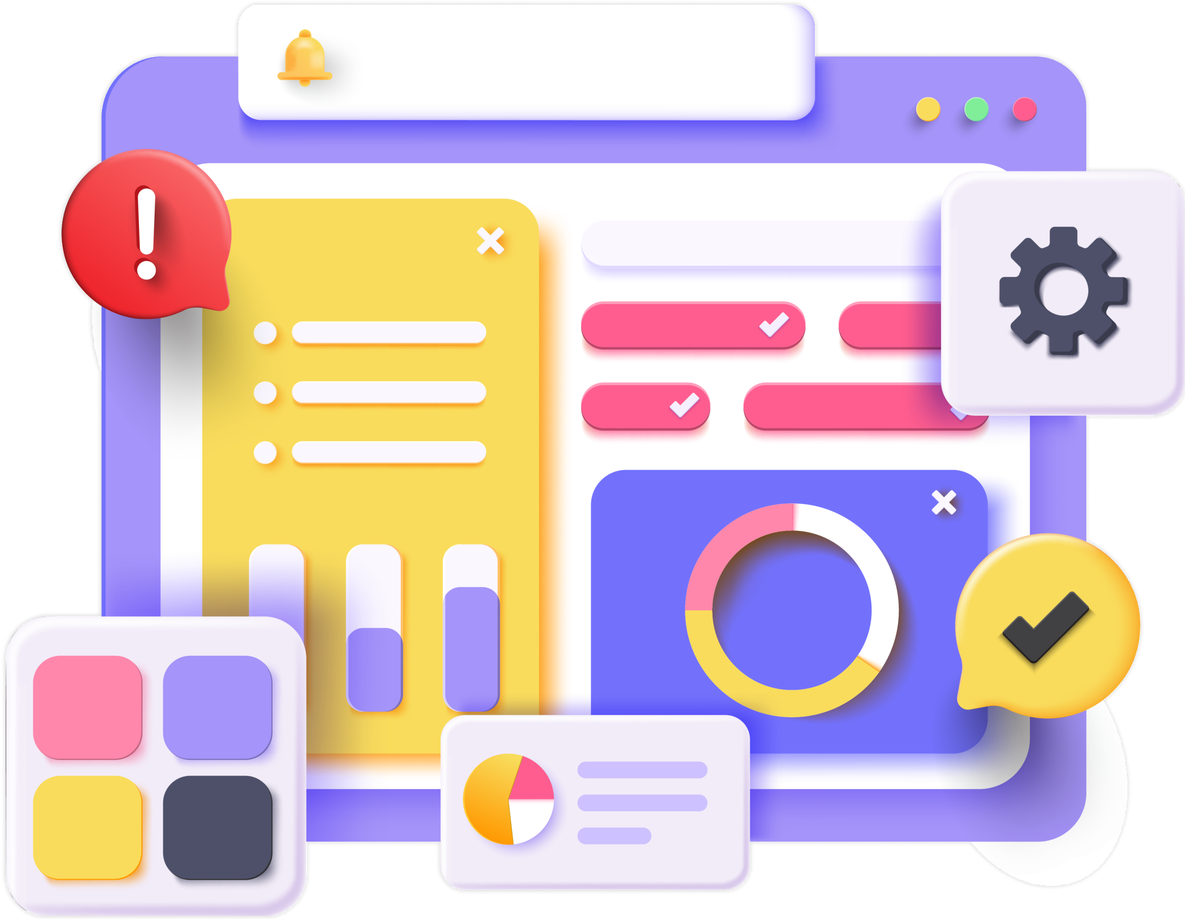
DOPPLER mistral topic

# CASO DE ÉXITO:

Aprende cómo Doppler apoyó a Mistral y Topic en la implementación de una estrategia integral para fechas de ventas especiales, representando +40% de su facturación mensual.



# Índice de contenidos


**Página 3** Acerca de la marca

**Página 4** Mistral en números destacados

**Página 5** El vínculo con Doppler

**Página 6** Objetivos de Campaña

**Página 7** Estrategia

**Página 9** Resultados

**Página 10** Mistral y Topic recomiendan

# Acerca de la marca:

Mistral es una marca de indumentaria líder dentro del mercado local argentino. Esta marca de origen holandés nace en la década del ’70, con un marcado estilo náutico e influenciado por la vida en los océanos.

Hoy en día, es una empresa líder en el rubro textil argentino y busca satisfacer las necesidades de toda la familia. Su objetivo es continuar marcando tendencia y llegar a cada una de las personas que elijan prendas no sólo de calidad, sino también con una cadena de valor enriquecida por el diseño y la tradición.

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

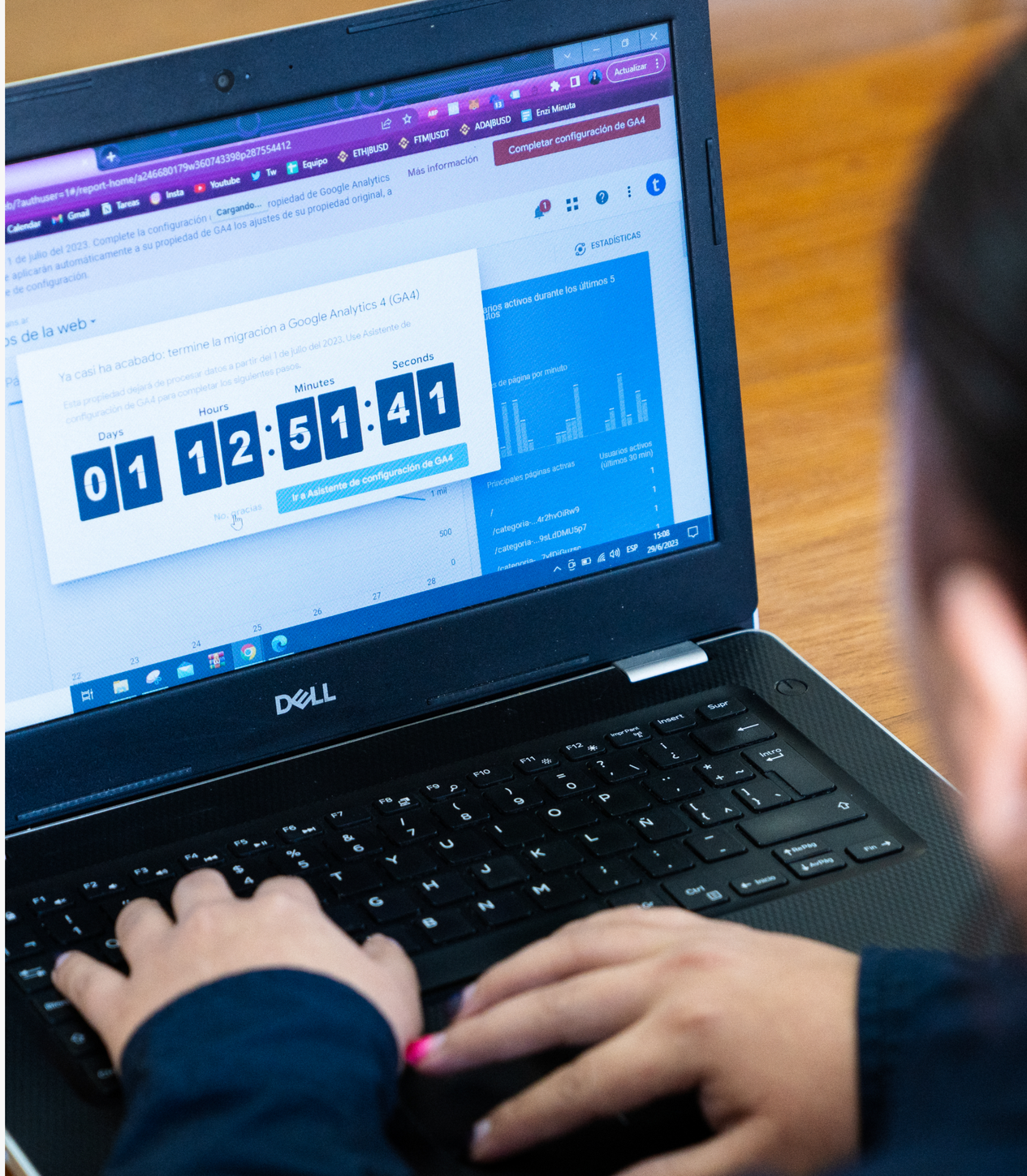
## Mistral en números destacados:

- + 40 años de historia.
- + 300 locales propios y multimarca, en todo Argentina.
- Venta online para todo el país.

# El vínculo con Doppler

Mistral trabajó junto a Topic dentro del programa **Strategic Partners de Doppler**. Esta iniciativa está destinada principalmente a agencias y aliados estratégicos y tiene como fin f**ormar parte de la Comunidad de Partners de Doppler y obtener beneficios para la empresa y sus clientes**. Generando comisiones por cada cliente que se acerque a Doppler, recibiendo asesoramiento estratégico por parte de nuestros especialistas, ¡entre muchos beneficios más! 🙂

**Topic** es una agencia de Marketing performance que trabaja con sus clientes en la estrategia e implementación de pauta publicitaria con filosofía data driven. Su objetivo es implementar estrategias que impacten a la audiencia en distintos puntos del funnel a través del ecosistema publicitario de Google, Meta y Email marketing.



# ¿Cuáles fueron sus objetivos?

La Estrategia de Campaña que comenzaron a diseñar fue previo al **Cyber Monday y al Black Friday**. Dos eventos importantes que marcan presencia y ventas en tiendas online. **La idea era impactar en mayor medida al público que se había mostrado interesado en los productos pero que todavía no había realizado una compra**.

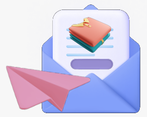
# ¿Cuál fue su Estrategia?

Enfocaron sus esfuerzos en dos puntos claves:

**Descuentos vigentes:** Utilizaron comunicaciones personalizadas para destacar las promociones exclusivas que estarían disponibles durante el **Cyber Monday**. De esta manera, se aseguraron de mantener a los clientes informados y motivados a aprovechar las mejores ofertas y así acompañarlos en el proceso de compra.

**Contenido relevante:** Crearon y enviaron contenido de valor alineado a los intereses y necesidades de su público objetivo desde la perspectiva de la marca. Esto incluyó: guías de compra, consejos para aprovechar al máximo las ofertas, reseñas de productos destacados, recomendaciones de productos y looks, entre otros recursos que permitieran añadir valor a la experiencia de compra. Mediante el **Marketing Automation**, segmentaron a su audiencia y enviaron contenido personalizado, asegurándose de que cada cliente reciba la información que más le interesa.

# Además, para sus Campañas utilizaron:



**Comportamiento en Sitio:** les permitió segmentar a sus Contactos por categorías de productos de interés durante el Cyber Monday bajo el criterio de haber ingresado, al menos dos veces, a esa categoría durante ese período.

En cuanto al **diseño de sus Campañas**, las crearon en formato GIF para destacar la variedad de productos en stock, los nuevos ingresos en la tienda y una selección de prendas para que sus usuarios pudieran encontrar inspiración y adquirir las prendas con una experiencia de compra más alineada a sus intereses.

# ¿Cuáles fueron los resultados obtenidos?

Luego de los esfuerzos y de la planificación de la Estrategia para estas fechas comerciales especiales, obtuvieron resultados asombrosos que podemos ver en este funnel.
Propio del canal de Email Marketing, dividido en las 5 etapas que atravesaron sus usuarios y partiendo de la cantidad de Contactos que recibieron sus Campañas manuales hasta la cantidad de compras realizadas, los resultados fueron los siguientes:

**CYBER 2022 | 29 OCT - 6 NOV**

- Recibidos: 114.459 (99,47%)
- Aperturas: 27.901 (24,25%)
- Clics: 5.755 (5%)
- Usuarios: 5.120 (4,45%)
- Transacciones: 84 (0,7%)

# Mistral y Topic recomiendan:

*“Los tres puntos más destacables de Doppler son: la practicidad de su herramienta, la facilidad para crear flujos automatizados y el área de atención al cliente que siempre está dispuesta a brindar soluciones”*

*“Las Campañas del Cyber Monday realizadas en Doppler generaron el 45% de la facturación total del mes”*

Adriana Benitez – Project manager en Topic.

# ¿Quieres formar parte del 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!**

Doppler LLC. Todos los derechos reservados