

2019 | Por: Dante E. Condori



Caso Final Mr. Wonderful

Bloque 2° Área Digital

Caso Final Mr. Wonderful

¿Qué acciones de marketing y de publicidad digital son indispensables para generar valor a la marca y la compañía?

Mr. Wonderful es una compañía que en cada producto que saca a la venta, tiene mucha repercusión puesto que la originalidad de cada uno de ellos lo hace único y muy llamativo, cada mensaje en el diseño de los mismos hace que Mr. Wonderful tenga mucha más acogida.

Sus actividades clave son el diseño marketing, tener una propuesta de valor de transmitir mensajes positivos a través de sus productos, producir productos de muy buena calidad y de buena imagen.

Respecto a la publicidad online, las acciones de estar en constante interacción con publicaciones de imágenes con frases motivadoras, viñetas, dibujos y más, tiene acogida día a día, lo cual al ser constante de manera periódica sin exceder, hace que se forme un desenlace en cadena lo cual hace que Mr. Wonderful, llegue a mas consumidores.

Sus canales de venta como su página web, que hace que sus productos sean más accesible y el diseño del mismo este enfocado al cliente y tener un segmento amplio de productos variados para personas de cualquier edad lo hacen muy atractivo.

En conclusión, las acciones más indispensables para generar valor a la marca serian; primero la originalidad en su diseño haciendo lo que les gusta, la propuesta de transmitir mensajes positivos a través de sus productos, calidad en sus productos, la buena imagen, mantener su blog en redes sociales activo y contenido creativo.



¿Cuál consideras que podría ser el DAFO de esta compañía?

Análisis DAFO

Fuerzas de Mr. Wonderful

- Referente importante dentro del mercado de merchandising.
- Fuerza de trabajo bien preparada y altamente calificada.
- Solidez en variedad de productos.
- Productos de calidad.
- Gran número de seguidores en redes sociales.
- La más conocida actualmente en el rubro.
- Imagen positiva en el público que los conoce.
- Identidad corporativa y filosofía de marca muy claras.
- Líderes en este nuevo mercado.
- Dedicar mucho esfuerzo y dedicación para alcanzar el éxito.
- Rapidez en la distribución online.
- Realizan continuamente productos nuevos para sus clientes.
- Piensan que el cliente es lo más importante.
- Sus productos están de moda en la actualidad.
- Posicionamiento adecuado en las redes sociales.

Oportunidades de Mr. Wonderful

- Posibilidad de seguir su crecimiento y expansión global.
- Las alianzas que tienen hacen que se les conozca más.
- Su blog es un punto fuerte que pueden explotar aún más.
- Hacer tiendas físicas únicamente de su marca.
- Atender a grupos adicionales de clientes.
- Eliminación de barreras comerciales en mercados exteriores atractivos.
- Ampliación de la cartera de productos a fin de satisfacer nuevas necesidades.

Debilidades de Mr. Wonderful

- Precios elevados por la artesanía de sus productos.
- Saturación de la marca.
- Mensajes repetitivos en los productos.
- Productos que no son un bien de primera necesidad.
- No tienen tienda física únicamente de su marca, por lo que no pueden transmitir bien su identidad.
- Falta de publicidad más allá de las redes sociales.

Amenazas de Mr. Wonderful

- Que los usuarios se cansen de la marca por mensajes repetitivos o porque no hay innovación.
- Auge de competencia más competitiva en precios bajos.
- Plagio
- La moda cambia con el tiempo, innovar constantemente.
- Dependen de sus alianzas y sus distribuidores en tiendas físicas. Ellos son los que tratan con el cliente y muestran la imagen de la marca cara al público.
- Búsqueda continua de tendencias, y si algún día no lo hacen perderían su esencia de marca.
- Cambio en las necesidades y gustos de los consumidores.
- Subida de precios de los materiales utilizados para la realización de los productos.

¿Cómo definirías su estrategia online?

Es una empresa totalmente centrada en el cliente, basándose en mantener la relación con los clientes de manera duradera y que se adapten al medio que mejor le convenga al cliente, es decir tener varios canales de comunicación con un mismo contenido, cuidando el mensaje sin duplicidad alguna, esto mejora la experiencia del cliente que obviamente es muy beneficioso para Mr. Wonderful. **La estrategia online básicamente está centrada en la omnicalidad e Inbound Marketing**, buscando no solo enamorar con su marca a los clientes, si no también haciendo que ellos mismos compartan a más personas todos los productos de Mr. Wonderful, en otras palabras es decir convirtiéndolos en promotores de la marca.

El tener una página web muy atractiva desde el momento de la apertura, con carpetas y pestañas bien estructuradas y un diseño muy llamativo, dan a primera vista el enfoque de la empresa, la venta de sus productos a través de su plataforma, con enlace desde la misma hasta la tienda física, papelería o librería son el pilar para un comercio electrónico bien establecido, básicamente nos referimos a tener un E-COMMERCE bien cuidado desde todos los ángulos.

A partir de aquí, los pilares para lograr conectar con el público objetivo o target han sido: la originalidad, el positivismo, la sencillez y la internacionalización.

La originalidad: porque los mensajes y las ilustraciones que los acompañan están hechas con mucho gusto, picardía y tocando la parte más sensible del usuario de sus productos.

El positivismo: la gran mayoría de su merchandising va acompañado de mensajes ilusionantes, que se centran en el aspecto positivo de la vida, enfatizando los beneficios de nuestras rutinas.

La sencillez: no han desplegado grandes campañas de marketing, ni la inversión en publicidad ha sido de cifras estratosféricas, se han centrado en desarrollar y comercializar unos productos de alta calidad (agendas, peluches, tazas, auriculares, carcasas, fundas, entre otras), y preocuparse de que todo el flujo de venta al cliente, desde la transacción en la web hasta el recibo del artículo sea lo mejor posible, aportando un valor añadido innegable (Atención al cliente, envío gratis, devolución, pago de seguro, seguimiento).

La internacionalización: está siendo uno de los objetivos en los que están centrados actualmente, aunque tienen presencia en mercados europeos, su presencia en el mercado internacional es todavía baja, y con diversas alianzas pueden conseguir alcanzar otros mercados de forma más sencilla y altamente exitosa.

En **conclusión**, Mr Wonderful se ha convertido en una de las empresas de ecommerce más importantes en comercio electrónico y con un crecimiento realmente sorprendente, apoyada en valores fuertemente arraigados, y en una filosofía que les permitirá seguir creciendo en el mercado internacional, gracias a unos mensajes positivos y muy creativos, pegados a la actualidad, y a expresiones ampliamente utilizadas en la calle.



¿Qué acciones y herramientas desde el punto de vista del neuromarketing podrían ponerse en funcionamiento en este modelo de negocio?

Como punto de partida tenemos **la primera impresión** o amor a primera vista, la página web debe ser bien desarrollada con una importante presencia en plataformas y redes sociales, se debe transmitir credibilidad y confianza, Mr. Wonderful ya lo tiene, pero persistir y mantenerse debe de seguir haciéndolo.

En **lo emocional** tenemos los mensajes de motivación los cuales reflejen la identificación del cliente con los mismos, son el punto con más valor en los productos que ofrece Mr. Wonderful, esto lleva a que el primer usuario consumidor al momento de enamorarse o identificarse con la frase lo comparte y así se convertirá en un promotor más.



Satisfacer el ego, muchas de las personas que buscan un estatus, tener productos en las últimas tendencias, con un diseño muy elegante, lo que muestra un producto exclusivo y de mucha calidad hace que el producto sea muy atractivo y sea adquirido sin importar el precio.

Neuromarketing en el precio; los precios en decimales de los productos ofrecidos, crean una sensación de que son baratos o que esta rebajado.

Neuromarketing en el camino más fácil, cabe mencionar que la forma más fácil es el mejor camino, que la interacción de saber más detalle sobre el producto o ver imágenes del producto no sea muy tediosa de pestaña en pestaña si no que sea de una manera rápida y simple, de la misma forma para la compra.

Inclusión de imágenes y videos tanto en la página web como en la tienda online y redes sociales, no tienen que ser videos promocionales, si no que se trate de material gráfico que emocione al usuario, esta es otra herramienta que le dio mucho resultado a Mr. Wonderful.

Procurar que las imágenes que se elija, sean lo más específicas y describan de forma rápida el producto o lo que se quiera transmitir, así tendremos una gran posibilidad de cerrar una venta, esto por un efecto que nuestro cerebro utiliza la llamada visión periférica a la hora de retener imágenes en el subconsciente, son los elementos que más influencia tienen a la hora de fijar la vista.

El testimonio de otros usuarios, es muy importante ya que genera la confianza necesaria al momento de estar interesado en un producto, si el producto tiene la calificación de 5 estrellas o comentarios positivos sobre el mismo, el interés de un nuevo consumidor y la compra será mucho más concreto.

La invasión de navegación del usuario, debemos procurar que nuestro site sea lo más sencillo para nuestro usuario y sobre todo no abusar de la publicidad distractiva, ya que emocionalmente, el usuario, reacciona negativamente a los impactos publicitarios y puede provocar el rechazo de nuestro visitante.

En **conclusión** mediante la generación y difusión de contenido Mr. Wonderful consigue ofrecer a las personas un valor añadido, despertando sentimientos y emociones positivas en cada uno de sus mensajes.

Mr. Wonderful conversa con las personas como si fuesen sus amigos, gestionando bien los aspectos comerciales y personales en cada uno de los diferentes canales.

Apoyándose en las redes sociales, ¿Qué herramientas tecnológicas, presentes y futuras, piensas que aportaran mayores beneficios y posibilidades a la compañía y su marca?

Fortalecimiento del Big Data; Considerando que el análisis de datos y la interacción de los usuarios en los medios sociales, forman parte de las herramientas mejores calificadas; el big data significa un gran apoyo al momento de que las marcas o empresas tomen decisiones acertadas respecto a su plan de marketing.

Context Marketing; con esta técnica Mr. Wonderful obtener información y datos sobre los usuarios en tiempo real teniendo en cuenta su contexto, de forma que una empresa pueda mandar el mensaje adecuado para cada persona y en cada situación. En definitiva, lograr que sus potenciales clientes vean su publicidad en el momento oportuno para que su interés por su producto sea el máximo posible.

Fast Content; implementar por medio de microvideos, stories, entre otros audiovisuales para captar de manera rápida en pocos segundos a una audiencia variable, dichos audiovisuales deben sintetizar la información y utilizar tecnología ligera que resulte amigable con los usuarios.

Búsquedas por Voz; dirigido a un concepto de navegación novedoso, pues muchos de los usuarios buscan la facilidad de navegar y la interacción de la misma, la búsqueda por voz en su plataforma web de Mr. Wonderful, Lo haría muy interesante, el usuario ahorraría tiempo y usaría una herramienta que complete tareas rápidamente.

Video Programático; es una estrategia de publicidad eficaz, en horas determinadas podría segmentar la cantidad de usuarios a los cuales puede llegar.



La Filosofía de Mr. Wonderful;

“Ideas no aburridas para hacer del día a día algo más divertido”