

¿Sabías que...

**El té es la segunda
bebida más consumida
en el mundo?**

después del agua
(Euromonitor)





TEA BOX

Experience



TEA BOX EXPERIENCE



Marca de infusiones que crea blends utilizando **insumos auténticos peruanos**: combinando hierbas aromáticas, frutos y flores.



Granel & Filtrante

PRESENTACIONES



Individual

PRESENTACIONES



Infusor corazón



Termo infusor

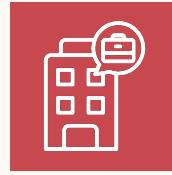
PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS



E-commerce



Tiendas



Corporativo

—

CANALES DE VENTA

INVESTIGACIÓN

6

Entrevistas a
usuarios

4

Entrevistas a
colaboradores

5

Safari

1

Escaneo de
redes

¿Cómo podríamos potenciar la experiencia sensorial
para motivar al cliente a elegir Tea Box?

RETO PLANTEADO

¿Cómo podríamos hacer que los colaboradores
recuerden a Tea Box y lo recomiendan a los clientes que
ingresan a la tienda?

RETO PLANTEADO



Francesca Miró

● 33 años / soltera

● Vive en Miraflores

● Directora Comercial

"El té es parte de mi día a día, relaja mi cuerpo y mente, además genera una paz en mi interior al sentir su aroma"

BIOGRAFÍA

Lucía cuida mucho de su salud y alimentación. Se preocupa por el **impacto ambiental** de todo lo que consume, por eso **elige en lo posible productos orgánicos y locales**. Aunque no tiene mucho tiempo por su trabajo, **ama viajar** y lo hace cada vez que puede. Es **minuciosa** y siempre se fija en los detalles.

NECESIDADES

- ❖ Conocer los beneficios de los productos que consume
- ❖ Que sus hábitos de consumo impacten lo menos posible en el ambiente
- ❖ Comprar de forma fácil y rápida vía web y física

FRUSTRACIONES

- ❖ Tener poca información o referencia de lo que quiere comprar
- ❖ Que los empaques de lo que compra no sean reciclables
- ❖ Tener poco tiempo para viajar

APPS FAVORITAS





HALLAZGOS

producto & servicio



PRODUCTO



BENEFICIOS E INSUMOS

Los usuarios buscan y los vendedores recomiendan un té en base a sus beneficios a la salud e insumos.

PRODUCCIÓN ÉTICA

Los usuarios se preocupan por la procedencia de los insumos y las condiciones de producción del té.

PRESENTACIÓN

Los usuarios se preocupan por el diseño, practicidad y calidad de la presentación de los productos.

COMPLEMENTO



INFORMACIÓN

Los usuarios necesitan información sobre el modo de uso del termo para darle un adecuado uso y limpieza.

SERVICIO



FIDELIZACIÓN

Los vendedores no conocen los productos de Tea Box, por lo tanto no lo recomiendan

SENSACIÓN

Un factor de decisión de los usuarios es el olor y la textura del té.

E-COMMERCE

The screenshot shows a product page for 'PACK TEA LOVER'. At the top left is the Tea Box logo. To the right is a menu icon. Below the header, there's a row of products: two red boxes of tea, a clear glass infuser bottle, another red box, and two more boxes with colorful designs. The main title 'PACK TEA LOVER' is in bold red capital letters. Below it is a descriptive paragraph in Spanish. A red circle with the number '0' is next to a shopping cart icon.

PACK TEA LOVER

¡El sueño hecho realidad de los fanáticos del té! Nuestro super termo infusor en combinación con 2 cajas de té a granel y 2 cajas de té en filtrantes. Elige el sabor que quieras en nuestras dos presentaciones.

TIENDA Y PACKS

El usuario tiene complicaciones para comprar los productos (termo y té) por separado vía web.

DELIVERY

El tiempo de entrega y delivery del producto no es del todo claro para el usuario, le genera confusiones.



INSIGHTS

producto & servicio





Mírame,
siénteme,
huéleme

La experiencia multisensorial es un factor importante en la decisión de compra del té porque sus consumidores son minuciosos con el olor y presentación de todo lo que consumen.

“

Las personas eligen el té en base al diseño del empaque o el olor

Dana

Colaboradora - Punto Orgánico



Siempre
sanos,
nunca
insanos

Los usuarios perciben el té como una bebida buena para la salud, buscan conocer sus insumos y los beneficios que brindan al consumirse.

“

Siempre leo el empaque para saber si algo es natural o tiene químicos

Brenda
Consumidora de Tea Box



Háblame
de ti y
hablaré
por ti

Los colaboradores son un nexo importante entre Tea Box y el consumidor final porque son a quienes los usuarios consultan cuando no conocen un producto.

“

No puedo recomendar algo que no he probado

Neisser
Colaborador - Flora y Fauna



Propuestas de solución



RETO 1

EXPERIENCIA SENSORIAL



Original

5

Testers



Prototipo



Francisca

“

Me gustó que se pueda ver el producto por dentro

“

Yo me tomo el té a la hora que quiero . Me gustaría que la mención de lo natural y que es del Cusco se ubique en la parte de adelante



Alejandra

“

Me gustó que ahora si puedo ver el contenido y también puedo olerlo.

“

Me dice que el empaque se recicla pero la bolsita de adentro es de plástico.



Marcela

“

¿Las hojitas del té se van a diferenciar en cada sabor? Si es así, creo que sí sería interesante la ventanita.

“

¿Qué pasa si lo tomo en la mañana? Creo que esa información o tips, deberían estar detrás del empaque.

RESULTADOS

- Los usuarios necesitan **oler** el té, **ver** la cantidad y la forma del contenido, antes de comprarlo.
- Los usuarios se preocupan porque el empaque del producto no contenga plástico y sea reutilizable.
- Los más importante para los usuarios son los insumos, los beneficios y la procedencia, por lo que debería ir en la parte frontal del empaque.
- El modelo mental que tienen los usuarios de la presentación en filtrantes es apilados en caja y no aglomerados uno sobre otro.

RETO 2
FIDELIZACIÓN A COLABORADORES



5

Testers





David

Administrador de
Sanahoria

“

Sería mejor que entregaran el frasquito con filtrantes.

“

El que pongan mi nombre en el frasquito, se siente como una atención más personalizada.



Lili

Colaboradora de
Punto Orgánico

“

Que las capacitaciones sean como juegos, así se nos queda más rápido.

“

Quizá podrían etiquetarnos en un post y agradecer a los colaboradores.

“

Me gusta los frasquitos, porque lo puedo reusar.



Neisser

Colaborador de
Flora y Fauna

“

Es importante para nosotros saber sobre el producto para poder recomendarlo

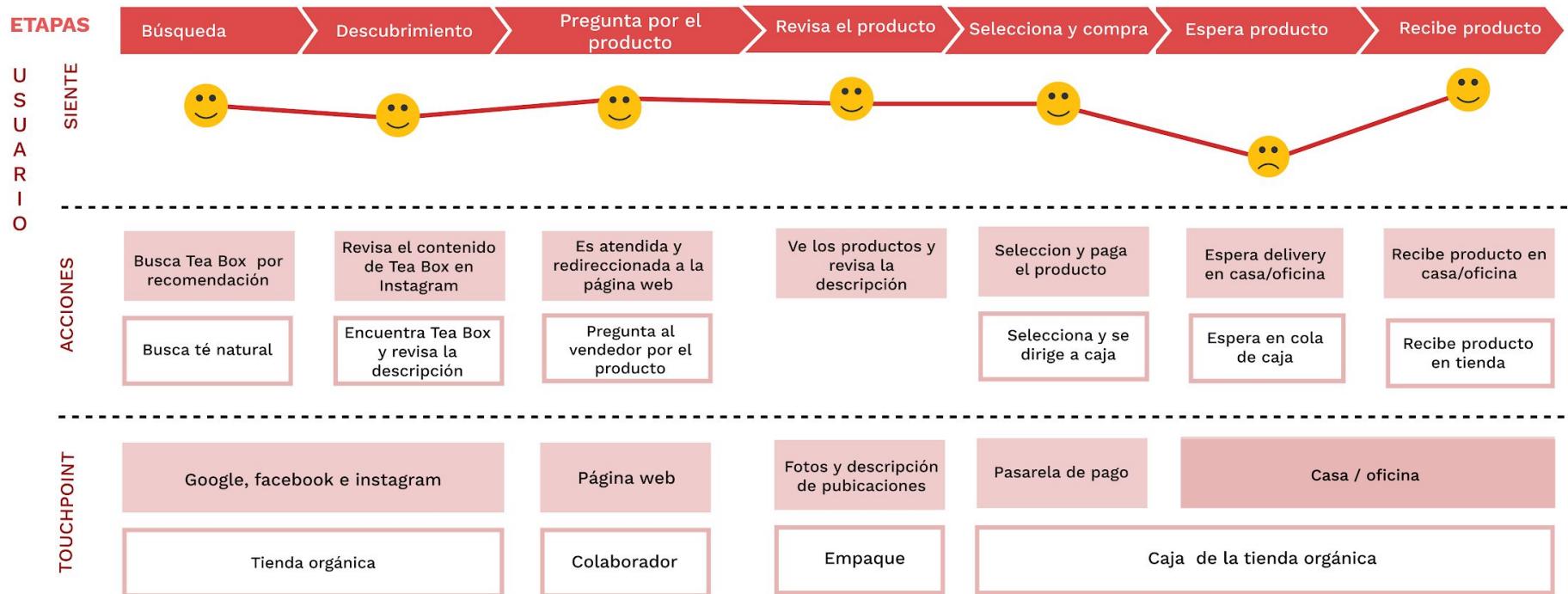
“

Preferiría una muestra de regalo que no sea tan costosa, siento que tal vez otro lo podría botar. Creo que una caja pequeña con té sería mejor.

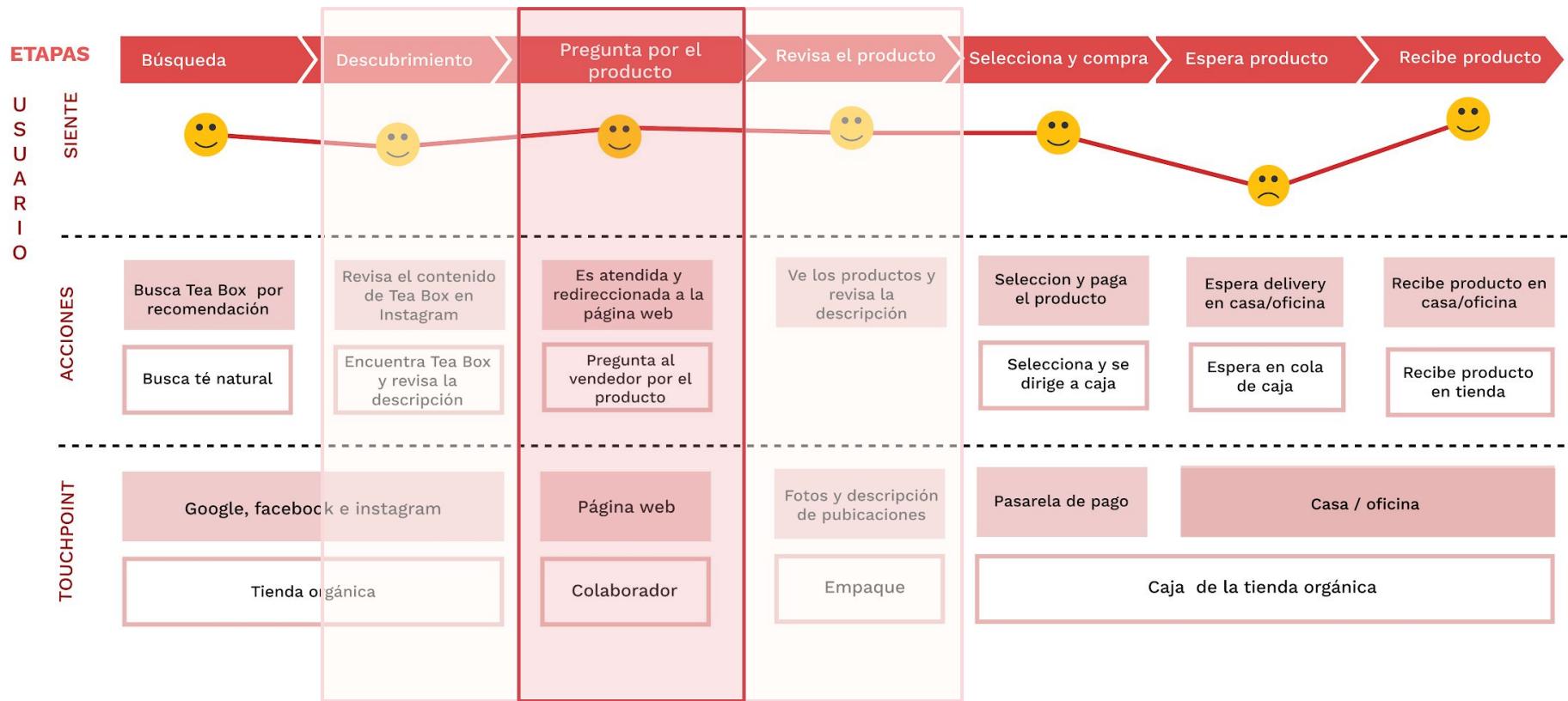
RESULTADOS

- *Las colaboradores recuerdan los productos que degustaron y cuyas capacitaciones fueron dinámicas y lúdicas.*
- *Los colaboradores al recibir obsequios personalizados, sienten que las marcas se preocupan por ellos.*
- *A los colaboradores les interesa saber los insumos y beneficios que ofrece el producto, para poder recomendarlo.*

Customer Journey Map



Customer Journey Map





Gracias