

ZEBRAS

Especialistas en Marketing Digital

Un GIGANTE de la papelería se renueva.

Datos e influencers para conquistar a la GEN Z.

Adosa, empresa papelera líder en el norte de México necesitaba una estrategia para revolucionar su comunicación, conectar con nuevas audiencias y personalizar su *customer journey*.

Descubre cómo lo hicimos.



OBJETIVOS

- Aumentar las ventas en sucursales.
- Aumentar el número de carritos y de ventas totales en el e-commerce.
- Aumentar el número de clicks al sitio web desde RRSS.
- Crear una comunidad de TikTok y reforzar el engagement en la comunidad de META.

RESULTADOS

+50%

Facturación YoY en Back to School.
Crecimiento sostenido de facturación
en un 20% vs 2024.

Social Media

(Meta + TikTok):

+467%

Alcance vs 2023

+681%

Interacciones vs 2023

25k

Interacciones vs 2023

3.8%

ER en META

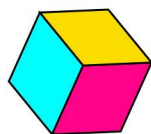
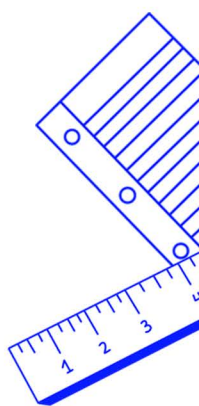
19%

ER en TIKTOK

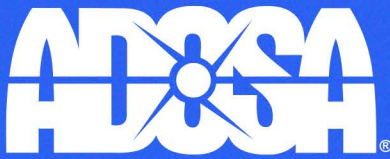
El ritual del **BACK TO SCHOOL**

Cada año, desde inicios de agosto, las familias regiomontanas se preparan para el **Back to School** con un auténtico ritual para surtirse de todos los útiles necesarios para el nuevo ciclo escolar.

Algunos madrugan para llegar antes de que se abran las puertas, otros prefieren comprar en línea y solamente recoger el pedido. Dentro, grandes filas se aglomeran desde la caja hasta la pared del fondo de la tienda y **miles de productos** vuelan de los estantes a medida que avanza el día.



La protagonista de esta historia es:



Empresa mexicana que cuenta
con distintas sucursales:



Con un centro de
distribución de más de

18,000 m²

Surte a todo el país más de

**20,000
productos**

artículos de oficina, papelería y escolares,
artes gráficas, y cómputo/electrónico.

Un cliente con un mindset tradicional, pero abierto a nuevas ideas.

Hasta mediados de 2023, la comunicación en redes sociales de Adosa reflejaba la tradición de más de 75 años que los caracteriza frente a un público que se comprendía principalmente por **mamás y oficinistas** de 30 años en adelante.

Como parte de una nueva estrategia para 2024 la gran papelería confió en la manada de **Zebras** para aumentar sus ventas tanto en canales físicos como digitales.

Para ello, el primer paso fue ampliar el público. Hablarle al **buyer persona**, pero también al usuario de los productos, que en este caso son los **niños y adolescentes de la Gen Z**.





Conectando con nuevas audiencias y reforzando a las ya cautivas.

Para lograrlo, decidimos darle una vuelta a la comunicación tradicional y convertirla en contenido **TikTok first**. Esto quiere decir, priorizar video sobre estático, formatos de corta duración, con un toque de humor y mostrando personas o embajadores que conectaran mejor con la audiencia.

La nueva estrategia inició en marzo de 2024 y los resultados no se hicieron esperar, ya que solo durante el primer mes, el alcance y la interacción de los contenidos en redes sociales aumentaron en un 10x respecto al mes anterior.

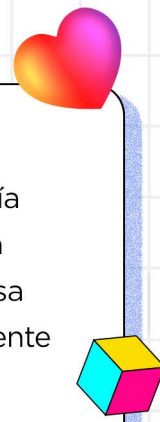


Influencer Marketing en la era TikTok.

Para lograr el éxito de estos nuevos contenidos era muy importante colaborar con creadores de contenido en los que nuestra audiencia ya confiara y siguiera activamente, tanto a nivel micro como macro.

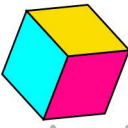
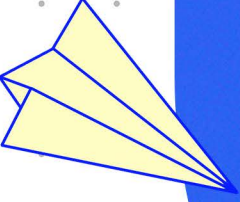


Leo Study, ganador del un TikTok Award durante 2023 por la categoría #LoDescubríEnTikTok. Su presencia ayudó a que el nuevo perfil de Adosa en TikTok se convirtiera en un referente para el regreso a clases.

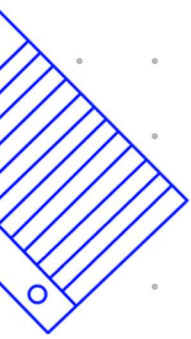


Influencer de Monterrey, famosa en el mundo de las manualidades. Se convirtió en la cara de Adosa durante los primeros 4 meses y nos ayudó a crear video tutoriales para fechas especiales como **Día del Niño o Día de las Madres.**



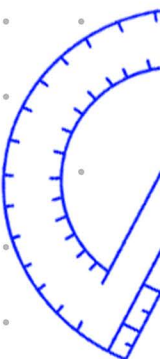


El poder de **LOS DATOS** Y EL CUSTOMER JOURNEY.

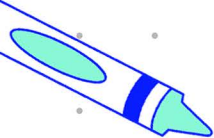


Para cumplir nuestros objetivos sabíamos que generar tráfico al sitio era solo el inicio. También era indispensable comprender el camino de los clientes hacia la compra y estar presentes en todos los canales donde pudieran surgir oportunidades de venta en línea.

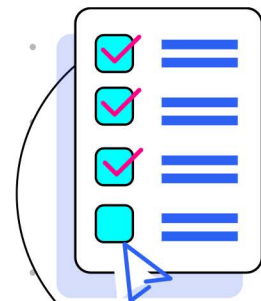
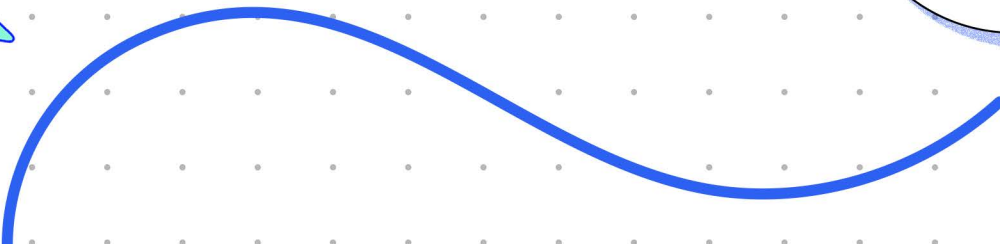
Construimos un embudo de conversión tanto en redes sociales como en buscadores para comprender, medir y tomar acciones en todo el proceso de compra, apoyados por estrategias de *paid media*, personalización y automatización, tomando como base el catálogo de:

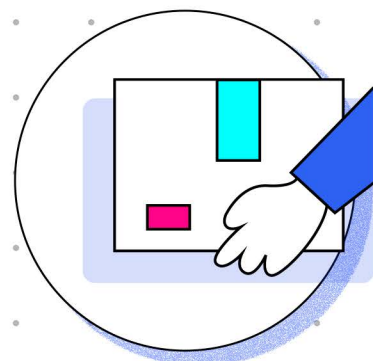
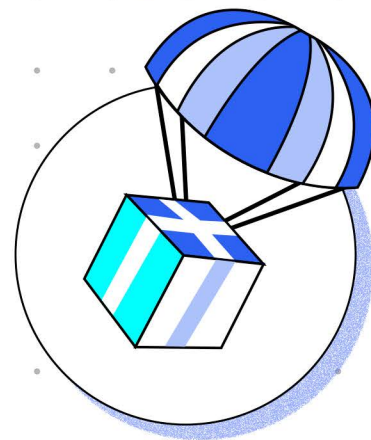


+8,000
productos



**disponibles
en la tienda en línea**





¿En qué consistió el *funnel* de conversión?

- Generación de feeds de producto para alimentar canales de adquisición.
- Tecnología de marketing enfocada a recuperar carritos abandonados.
- Creación de recomendaciones personalizadas para cada cliente.

Resultados:

3x



conversiones
carritos de compra

50%+

Base de contactos

¡Un éxito rotundo!

El éxito de la nueva estrategia fue abrumador. Nos ayudó a consolidar una base de fans en el segmento de mercado menor a 30 años y también aumentó significativamente las conversiones e interacciones en TikTok y Meta. Pero lo más importante:

¡El número de carritos y ventas totales online y offline creció en un 50%!

+50%

Facturación YoY en Back to School.
Crecimiento sostenido de facturación
en un 20% vs 2024.

+467%

Alcance orgánico

+681%

Interacciones

3.8%

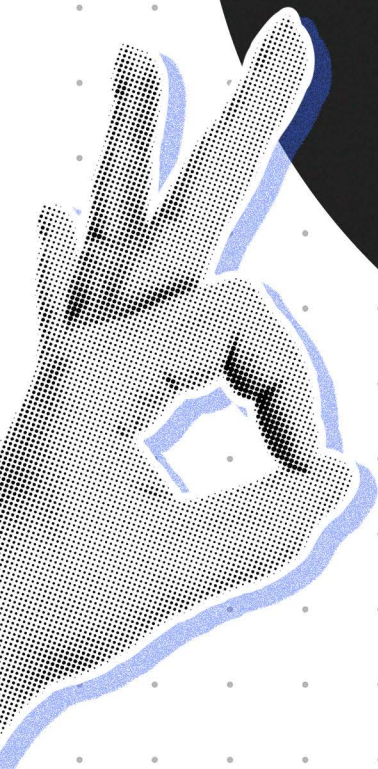
Engagement Rate
en META

19%

Engagement Rate
en TikTok

21k

Nuevos fans



ACERCA DE

ZEBRAS

Especialistas en Marketing Digital

Creamos estrategias de comunicación y campañas 360 memorables para grandes marcas, organizaciones y proyectos. Nuestra misión es generar resultados extraordinarios en torno al posicionamiento, el alcance y los objetivos de negocio de nuestros clientes.

¿Quieres saber más sobre esta campaña y lo que podemos hacer por tu empresa?

¡HABLEMOS!

