

INFO BRAND

revista de marketing, branding y comunicación

N.12. AGOSTO.08
ARGENTINA. \$16

www.infobrand.com.ar

Inc. Investigación especial

VIDA DIGITAL

Masividad y segmentación es la clave. Casos de éxito que supieron posicionar su oferta en el marco de una comunidad como estrategia de llegada.



Mkt. Marketing

SUPERCHICAS

Las mujeres representan el 80% del consumo. Las marcas develan sus tácticas para captar a un target que sabe lo que quiere a la hora de comprar.

Cas. Casos

ANGEL O DEMONIO



Google llegó para quedarse, pero cuáles son los riesgos de terminar siendo percibido por sus usuarios como un monopolizador del espacio digital.

Med. Medios

RELACIONES 2.0

El fenómeno de las relaciones que se generan dentro del universo del 2.0 y cómo juegan las redes como potenciadoras del branding de las marcas.



BRANDING. COMUNICACION. BTL

ISSN 1669-788X



9 771669 788004 00012



DARIO STRASCHNOY

EL PADRINO DE LA PUBLICIDAD

Con más de 20 años de trayectoria, Darío Straschnoy es el último gran referente de la camada de publicitarios de raza. Tiene bajo perfil y se define como un "formador de equipos". Un publicitario que trascendió las múltiples crisis argentinas y que apuesta a la creatividad como valor.



[_CASAMIENTOSONLINE.COM](http://CASAMIENTOSONLINE.COM)

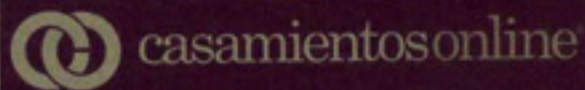


investigación especial



CASEMONOS VIA WEB

Con la meta de brindar todo tipo de ayuda para la organización de una boda, casamientosonline.com se convirtió en el sitio líder de un mercado muy particular, que posee un tipo de cliente efímero y una cartera de proveedores muy atomizada. En medio de la explosión de las redes sociales, la empresa supo encontrar su lugar más cerca de la comunicación que del e-commerce.

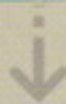


PARA TODA LA vida es la primera frase que aparece cuando se comienza a organizar un casamiento. Quizás esa sea la clave de este particular nicho. Y hasta la llegada de la burbuja digital, el procedimiento para organizar un evento de estas características siempre fue elemental y con ninguna particularidad propia de una red social. Pero esos tiempos parecen haber terminado. Con Internet, actualmente los casamientos se organizan de otra manera, y casamientosonline.com encontró aquí un negocio rentable y que fideliza a una clientela que en realidad es de paso fugaz.

EL PORTAL ES hoy el sitio para novios más importante de la Argentina, cuyo objetivo consiste en brindar ayuda, herramien-

tas, ideas y contenidos para las distintas etapas de la organización de una boda, además de ofrecer información completa de las empresas de servicios de cada uno de los rubros involucrados.

ESTE NEGOCIO DIGITAL está compuesto por un staff con marcada experiencia en eventos, moda y casamientos, a lo que se agrega un team de programadores y diseñadores con fuerte orientación web y un equipo comercial que conoce las tendencias del mercado y la publicidad online. El portal cuenta además con orientadoras familiares y organizadoras de eventos para asistir a los novios en forma personalizada con las dudas que les surjan en cualquier etapa de la preparación.



CASAMIENTOSONLINE.COM



Gabriel Meoli, Mario Francisco Díaz Colodrero y Magdalena Martínez Picabea.

→ DATOS DEL MERCADO Y DE CASAMIENTOSONLINE



Nacimiento de la empresa: año 1999



Cantidad de novias (historial): más de 100 mil novias pasaron por Casamientosonline.com desde nuestra apertura en 1999



En la Argentina se casan anualmente 90 mil parejas



Los casamientos en la Argentina dejan en el mercado argentino más de mil millones de pesos

- 800 millones de pesos la organización de la fiesta
- 200 millones en viaje de Luna de Miel
- 500 millones en listas de regalos



Valor promedio de un casamiento de nivel medio para 200 invitados: \$40.000 (no contempla Luna de Miel ni lista de regalos)



TODO ESTE EQUIPO se encuentra preparado para sostener el negocio sobre tres pilares: información (con la red de proveedores para casamientos), tendencias -a través de contenido original generado por un departamento editorial propio- y organización de bodas a través de wedding planners y orientadoras familiares online, más una herramienta online para la planificación y organización del casamiento: Virtual Wedding Planner.

LA IDEA SURGIO en tiempos del nacimiento del mundo de Internet y vio la luz en 1999. Su progreso fue exponencial y logró superar dos grandes obstáculos en el camino, la caída de la burbuja de digital y luego la crisis económica de la Argentina en 2001. Una vez dejados atrás estos escollos, CasamientosOnline.com se posicionó como el portal de referencia del mercado y batió sus propios récords de consultas.

➤ LA GENESIS DEL PORTAL

"YO TRABAJABA EN una multinacional y cuando un día de 1997 mandé un e-mail en lugar de un fax para reportar a mi director, me explotó la cabeza. Luego hice un posgrado y mi tesis fue 'Internet, el mercado de los casamientos', tomando Internet como una herramienta para crear base de datos en un mercado que movía fortunas y que carecía de algún tipo de base de datos" cuenta Francisco Díaz Colodrero, CEO de CasamientosOnline.com y agrega "Hasta esa burbuja, la única fuente para hacer base de datos en el segmento, era el registro civil y sólo con un mes de anticipación. Lo que permitió la red con su interactividad fue la creación de estas bases. Ese es el origen del proyecto".

GONZALEZ RUIZ INICIO el emprendimiento de la mano de los famosos "angel investors", con una inversión inicial de 300.000

pesos/dólares, y se dio en simultáneo con proyectos similares en Brasil y México. En el caso nacional se mantuvo la impronta propia, y también por eso desde el principio el sitio fue individual y no compartió una home con otros países.

UN LANZAMIENTO CON TODO

PERO SU LANZAMIENTO, cuando aún el negocio digital estaba en pañales, se dio de una manera muy diferente a como se inician este tipo de emprendimientos en la actualidad. "Se realizó vía pública, televisión con un comercial que estuvo en horarios centrales y en México hasta se hizo una publicidad interactiva en los cines. Habíamos empapelado la ciudad", dice Magdalena Martínez Picabea, gerente comercial de CasamientosOnline.com.

ALGUNOS AÑOS MAS tarde la empresa también tuvo un programa de televisión propio, que más que obtener rédito económico cumplía la función de refuerzo de marca y atracción de futuros clientes. "Aparecían las novias, los proveedores y se ocupaba de todas las posibilidades del sector. Esto se mantuvo durante dos años y tenía como objetivo empujar la marca y fortalecer el mercado", agrega Díaz Colodrero.

CASADOS Y EN CASA

A PARTIR DE que se comenzó a trabajar desde el portal nunca se tercerizó la tarea de sistemas del sitio; siempre se prefirió

manejar este tema desde el interior de la empresa, algo que también se hace con los contenidos que se publican. "Nunca tercerizamos nada de CasamientosOnline, aunque no es lo mismo la estructura que era necesaria hace ocho años que la que se precisa hoy. Al principio teníamos cuatro diseñadores, tres ingenieros en sistemas y hasta un dibujante. Pero se aprende de estos temas y actualmente ya no es tan así. Todo



Lo que permitió la red con su interactividad fue la creación de bases de datos. Ese es el origen del proyecto.

lo que significaba desarrollo siempre lo fue y lo sigue siendo, in house", manifiesta Martínez Picabea.

A LA HORA de describir los fundamentos de este negocio, en CasamientosOnline.com cuentan que el modelo está fundamentado en varios aspectos. Primero, un nicho particular en el que los clientes atraviesan por una situación a veces única en su vida y están decididos a gastar sin medida en cosas y cantidades que en otras oportunidades no harían. Luego un mercado donde hay cierta falta de profesionalidad y en el que la mayor parte de los players se

CasamientosOnline.com
www.casamientosonline.com

Invitados para Organizar tu Casamiento

Organiza tu Casamiento con el sitio CasamientosOnline.com. Con un espacio único pensado a medida de las necesidades de las novias. 500 empresas, 30 rubros. Tu Wedding Planner Online. Actualidad. Moda. Tendencias. Consejos.

Organiza tu Casamiento con el sitio CasamientosOnline.com. Con un espacio único pensado a medida de las necesidades de las novias. 500 empresas, 30 rubros. Tu Wedding Planner Online. Actualidad. Moda. Tendencias. Consejos.

Organiza tu Casamiento con el sitio CasamientosOnline.com. Con un espacio único pensado a medida de las necesidades de las novias. 500 empresas, 30 rubros. Tu Wedding Planner Online. Actualidad. Moda. Tendencias. Consejos.

Organiza tu Casamiento con el sitio CasamientosOnline.com. Con un espacio único pensado a medida de las necesidades de las novias. 500 empresas, 30 rubros. Tu Wedding Planner Online. Actualidad. Moda. Tendencias. Consejos.

Vos elegiste casarte, nosotros ayudarte.

casamientosonline

Un espacio único pensado a medida de las necesidades de las novias. 500 empresas, 30 rubros. Tu Wedding Planner Online. Actualidad. Moda. Tendencias. Consejos.

jornadas de asesoramiento online

Exclusivos eventos para novias. Registrarse. Entrada gratuita. Cupo limitado. 29 de abril y 2 de septiembre.

casamientosonline

Nosotros nos encargamos de la boda, vos sólo fijate con quién te casás.

La solución ideal para tu casamiento

¿Cómo es la experiencia de casarse en CasamientosOnline?

• El mejor precio del mercado en una Bodega Virtual con el mejor servicio para los usuarios. Atención y asesoramiento personalizado en todo el proceso de planificación de la boda.

• El mejor precio del mercado en una Bodega Virtual con el mejor servicio para los usuarios. Atención y asesoramiento personalizado en todo el proceso de planificación de la boda.

• El mejor precio del mercado en una Bodega Virtual con el mejor servicio para los usuarios. Atención y asesoramiento personalizado en todo el proceso de planificación de la boda.



desempeña de manera hogareña. Y por último, la oportunidad que brinda el negocio digital para acercar las diferentes alternativas que pueden elegirse a la hora de organizar un casamiento.

"EL NEGOCIO NACE porque, en su momento, observamos que era un nicho donde había muchos rubros y en cada uno de ellos no hay líderes ni nadie concentra a todos. Está todo tremendamente atomizado y las barreras de entrada son muy bajas, cualquiera que sepa pasar música se convierte en DJ, o hacer catering o diseñar vestidos de novia", describe Díaz Colodrero.

▶ INVITADOS NO, VISITANTES

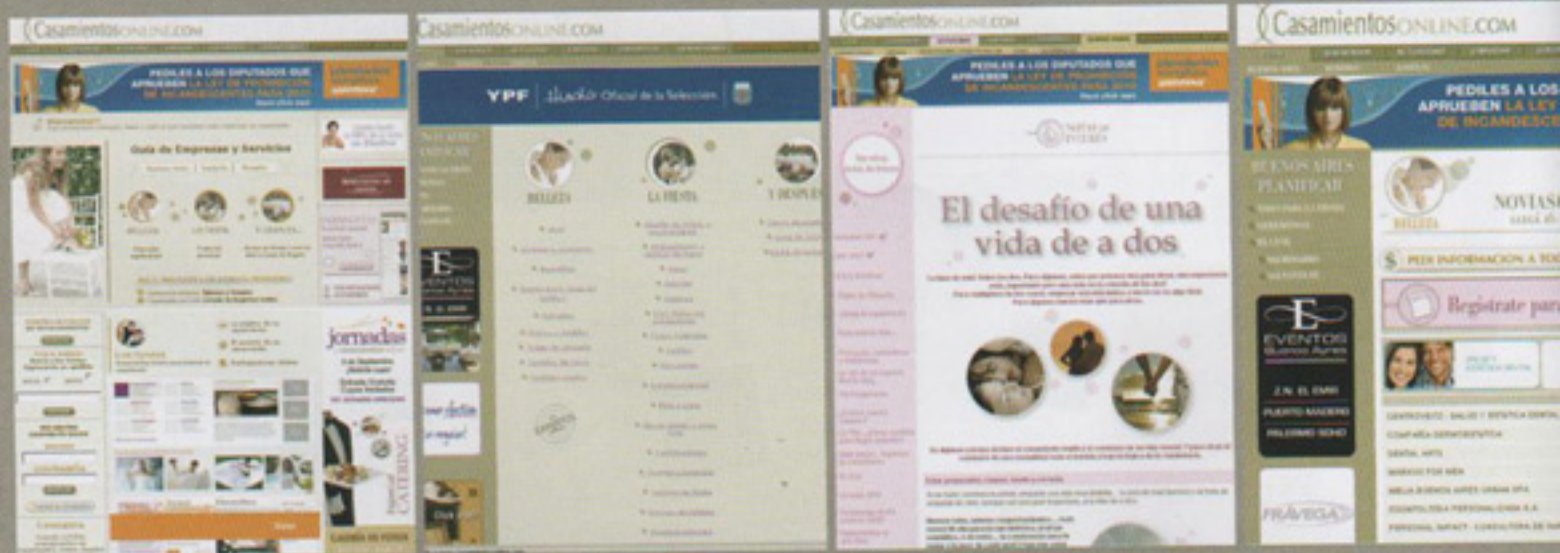
EN LA ACTUALIDAD el sitio supera las 60.000 visitas mensuales, lo cual genera más de 13.000 contactos efectivos a los 500 proveedores en 30 rubros que figuran en la página. Además, casi 15.000 novias reciben semanalmente su newsletter de novedades y, por otra parte, la marca anualmente organiza dos jornadas en el Centro Cultural Borges donde los mejores proveedores de servicios se ponen en contacto en forma personalizada con los novios, quienes participan en charlas con expertos.



Los usuarios de igual forma aprendieron a conectarse con la comunidad y comunicarse con ella; hay un montón de casos de cómo la red ayudó al negocio de un proveedor.



Gabriel I. Meoli, director de marketing del sitio.



"CREO QUE EL momento en que vimos la verdadera oportunidad de negocio fue en 2001, cuando todos insistían en que el negocio de Internet pasaba por el e-commerce. Vimos que la parte poderosa de esta etapa se encuentra en la comunicación. De dos partes en este caso: la del proveedor y la del cliente y reenfocamos nuestro modelo de negocio, que estaba en lo que es e-commerce, para poder explicar otra potencia que tiene el negocio que es la de comunicar", cuenta Díaz Colodrero. "En ese momento entendí la palabra evangelizar, porque nos encontramos con mucha gente que no entendía de qué hablábamos, y pusimos mucho foco en capacitar para luego poder vender".

EN UN MERCADO con tan poco sustento formal se hace casi indispensable llevar a cabo investigaciones para conocer con mayor profundidad a quienes están incluidos en él. "Hicimos un estudio inicial para ver cómo es el mercado de los eventos y el resultado fue similar a lo que sucede hoy, es decir un mercado poco profesional, grande pero muy atomizado. De hecho, mientras se realizaba la investigación se complicó un poco el método porque la gente no se sentía cómoda brindando ese tipo de información. En el presente la situación es similar pero nosotros nos convertimos en fuente por el caudal de datos que manejamos", afirma Díaz Colodrero.

Este negocio digital asimismo aprovecha una tendencia actual, marcada por la explosión de las redes sociales, para fortalecer su propia comunidad.

LA CLAVE DEL NEGOCIO

UNA CLAVE PARA entender las dimensiones del negocio es su comparación con la competencia directa, que en este caso son las publicaciones editoriales que abarcan todo el mundo de los casamientos. "En 2007 se dio un quiebre, pues CasamientosOnline facturó más que las revistas, algo muy particular en este nicho, donde lo web parece haberle sacado ventaja a lo demás", describe Díaz Colodrero. "Este es un mercado en el que no existe mucho branding. La gente quiere presupuestos y no se fija en otras cosas, cualquier acción va al repago. Entonces, cuando el proveedor comienza a darse cuenta de cómo funciona el negocio y que, además de cantidad también hay calidad, la cosa comienza a darse vuelta", afirma.



Magdalena Martínez Picabea, gerente comercial de CasamientosOnline.com

→ continuación

- ▶ El 50% de los casamientos en la Argentina se registran / pasan por CasamientosOnline.com
- El 35% de las novias que pasan por CasamientosOnline es de un nivel ABC1
- 4.2. Un 10% de nivel C2
- 4.3. Un 5% de un nivel alto

▶ Más del 30% interactúan (más de 4 veces) con CasamientosOnline.com de forma reiterada

▶ Cantidad de pedidos de presupuestos anuales dentro de CasamientosOnline.com: más de 300 mil pedidos de presupuesto reciben las empresas que conforman los casi 30 rubros del portal

▶ CasamientosOnline.com cuenta hoy con unos 600 proveedores cuya tasa de renovación es mayor al 90%





CASAMIENTOSONLINE.COM

"EL DIFERENCIAL QUE posee CasamientosOnline con respecto a la competencia es que detrás tiene gente que realmente se ocupa, el producto se cuida, tanto del proveedor como de la novia, está actualizado. Hemos trabajado fuerte en el posicionamiento de la página en la campaña de ad-words. Todo ello también sirve para ejemplificar ante los proveedores la magnitud del sitio, y que es un producto que realmente interesa para llegar a la comunidad y darle al cliente lo que precisa" especifica Gabriel I. Meoli, director de marketing del sitio.



En la actualidad el sitio supera las 60.000 visitas mensuales, lo cual genera más de 13.000 contactos efectivos a los 500 proveedores en 30 rubros que figuran en la página.

FIDELIDAD POR ONCE MESES

CON RESPECTO A cómo la coyuntura económica afecta a su mercado, Díaz Colodrero cuenta: "El casamiento es muy elástico con respecto a las crisis. En 2002 el promedio de invitados por

casamiento ascendía a 147, hoy la media es de 190, con una inversión de \$170 pesos por cubierto invitado. Cuando se presentan estos problemas entran muchas cosas en juego, tales como catering, salones y demás, que se retraen ante una crisis".

LA FIDELIDAD DE un cliente -que realmente utiliza el sitio para un hecho único como es una boda-, es un aspecto particular del mercado. Sin embargo, CasamientosOnline logra esta fidelización a través de otras herramientas entre las que pueden mencionarse la sección de "Futuras Familias" y las respuestas de dos orientadoras familiares frente a los interrogantes que muchas veces aparecen previos a la fecha del casamiento.

"**LA FIDELIZACION DE** nuestros clientes se mantiene durante los once meses existentes entre que toma la decisión de casarse y nos contacta, hasta que se casa. Este periodo tiene picos de atención y es ahí donde debemos ayudar. De esta manera buscamos una fidelización que no es comercial sino a nivel comunicativo", comenta Martínez Picabea.

COMUNIDADES DE CASADOS

"Existe una estrecha relación codo a codo con el mercado y en este momento de las comunidades virtuales tratamos de mostrar hacia dónde va el modelo de negocio, para que puedan

jornadas
de casamientosonline

XXII Jornada de
Casamientos Online

29 de Abril



casamientosonline

www.casamientosonline.com





Mario Francisco Diaz Colodrero, CEO.



Su progreso fue exponencial y logró superar dos grandes obstáculos en el camino, la caída de la burbuja digital y luego la crisis económica de la Argentina en 2001.

perderle miedo, se acoplen a la tendencia y no se escondan del mercado", expone Díaz Colodrero.

"**TECNOLOGICAMENTE TAMBIEN** se siente el cambio, pues los proveedores ya saben perfectamente cómo utilizar el sitio, y los novios participan cada vez más en la comunidad. Año tras año van subiendo los números del sitio, que es lo que nos lleva a hacer modificaciones continuas en su estructura", dice Gabriel Meoli. "Los usuarios de igual forma aprendieron a conectarse con la comunidad y comunicarse con ella; hay un montón de casos de cómo la red ayudó al negocio de un pro-

veedor y a lo que buscaba una novia", completa Magdalena Martínez Picabea.

A RAIZ DE lo antedicho rediseñaron la imagen del portal bajo un concepto netamente web2.0 en el que se sitúa a la novia como eje de toda comunicación generando y potenciando la comunidad digital. "El cambio influirá en toda la comunidad, para que las novias puedan comunicarse con mujeres que ya se casaron o con otras novias. Nos encontramos trabajando sobre algo que fue surgiendo a través de e-mails y comentarios, para generar el perfil social", detalla Meoli.

→ *continuación*

➤ Promedio de \$ por pedido de presupuesto: \$3.000 (comprende desde el salón y el catering hasta la ambientación y el vestido)

➤ Mil millones de pesos se presupuestan a través del sitio entre novios-proveedores

➤ Novias registradas al sitio por semestre: 15 mil novias activas / Total anual: 30 mil novias

➤ Cantidad de visitas mensuales al site: más de 70 mil visitas únicas mensuales

➤ 20 es el número promedio de páginas vistas por cada visita

➤ Cantidad de Jornadas de CasamientosOnline: 23 (se arrancó en 2000)