



YOUNG LIONS DIGITAL



PATROCINADOR
OFICIAL

BRIEF YOUNG LIONS DIGITAL ÉXITO

Antecedentes

Historia del Grupo Éxito y la marca Éxito:

Nuestra historia se remonta desde 1905 con la apertura de Carulla en Bogotá, posteriormente el LEY llega a Barranquilla en 1922 y en 1949, Don Gustavo Toro, abre el primer Éxito en Medellín, ampliando la presencia de nuestra compañía en el país. Gracias al trabajo conjunto de cada una de estas marcas y al desarrollo de los negocios complementarios, hoy somos líderes del retail en Colombia y Uruguay, y contamos con presencia en Argentina.

De España a Colombia, José Carulla Vidal (1874 – 1954), llega a sus treinta años con ánimos de ser empresario. El supermercado, que lleva su apellido, se convierte en uno de los más importantes del país.

Luis Eduardo Yepes, se convirtió en uno de los comerciantes más prósperos del país. Con sus iniciales le da nombre a la cadena de almacenes LEY. El primer almacén abre sus puertas en Barranquilla, en la calle del Progreso con avenida San Blas.

Un 26 de marzo, don Gustavo Toro, abre el primer Éxito del país en un local de 4x4 m2 ubicado en la calle Alhambra #47-07, en el centro de Medellín. Este primer almacén se dedica a la venta de retazos y algunas confecciones, de allí que el negocio textil forme parte de la empresa.

Nace la Cadena de Almacenes Colombianos Cadenalco S.A. En las ciudades de Bogotá, Girardot, Ibagué, Neiva, Cali y Pereira los almacenes continúan superándose en ventas. En el año 1962 abre el primer almacén de autoservicio moderno.

Vivero nace como una fábrica de camisas, en el local cercano al antiguo Vivero Municipal de Barranquilla. Décadas más tarde, convertido en una cadena de almacenes, ofrece a los clientes todo lo necesario para el hogar, vestuario y supermercado.

El 24 de septiembre se constituye la Fundación Éxito para la ayuda y mejoramiento de las condiciones sociales, educativas, cívicas y culturales. 20 años después, fortalece su foco de trabajo en la nutrición infantil.

La compañía inicia un proceso de apertura accionaria y desarrolla una estrategia de crecimiento y consolidación para enfrentar los retos de la entrante competencia internacional.

Disco Uruguay es la empresa con la que se asocia Grupo Casino para crear el primer Géant en Montevideo. Un año después, toman el control del grupo argentino Libertad y comienzan su participación en Almacenes Éxito en Colombia.

En asocio con NormaNet, se creó el virtual éxito, sistema de ventas a través de internet. En un principio, solo se incorporaron artículos de juguetería. A finales de 1999 los productos manufacturados estaban incluidos en la tienda virtual. Éxito fue pionero del comercio electrónico.

Casino adquiere el 25% de las acciones de Almacenes Éxito y Almacenes Éxito obtiene la mayoría accionaria de CADENALCO.

En 2001 Almacenes Éxito y Cadenalco se fusionan. En 2005 Comienza el negocio inmobiliario y nace la Tarjeta Éxito.

En 2007 Casino obtiene la mayoría accionaria de Almacenes Éxito, Almacenes Éxito adquiere Carulla Vivero. De esta manera Almacenes Éxito realiza emisión internacional de acciones a través de GDS. Viajes Éxito inicia operación.

En 2008 Seguros Éxito se crea como negocio complementario. Nace el formato Bodega Surtimax. Éxito inicia operación directa de sus Estaciones de Servicio.

En 2010 la compañía y Carulla Vivero S.A se fusionan. ÉXITO Express nace como formato.

En 2011 Almacenes Éxito adquiere el 100% de las acciones de Spice Investments Mercosur. Compañía propietaria de las cadenas Disco, Devoto y Géant en Uruguay.

En 2019 se realiza la venta de la participación indirecta del Grupo en [Grupo Pão de Açúcar](#) de Brasil, dentro del proyecto de simplificación de la estructura corporativa llevada a cabo por la casa matriz Casino, Guichard-Perrachon en Latinoamérica, lo que resulta en un nuevo perímetro de consolidación de Grupo Éxito que abarca Colombia, Uruguay y Argentina.

Para mayor información consulta en:

<https://www.grupoexito.com.co/es/historia>

https://www.youtube.com/watch?v= kYiUbjMTps&feature=emb_title

Valores de la marca Éxito:

- Somos cálidos, leales, alegres y sensatos.
- Innovadores, ágiles y vanguardistas.
- Aquí todos somos hospitalarios, cercanos e incondicionales.
- Queremos conocer tanto a nuestros clientes para que siempre quieran regresar.
- **Temas claves para el año:**
- Sostenibilidad
- Omnicanalidad
- Ahorro
- Cercanía, surtido y variedad
- Conocimiento del cliente

BRIEF YOUNG LIONS DIGITAL ÉXITO

Hoy desde la marca contamos con muchos canales digitales para la compra de productos y lo que buscamos es que los clientes conozcan todas las funcionalidades que tenemos en cada canal.

- ✓ **App Éxito**
 - Mi descuento
 - Hacer mis compras
 - Encuentra tu balance
 - Turno en caja
 - Chequeador de precios
 - Hacer mis listas

- ✓ **exito.com**
 - Búsqueda múltiple
 - Hacer mis listas
 - Compra de carne más fácil.

- ✓ Chatbot de WhatsApp
- ✓ Éxito Atendido
- ✓ Compra & recoge
- ✓ Sin filas
- ✓ Rappi
- ✓ Autopagos



Exito.com: a través de esta plataforma de e-commerce, los clientes pueden hacer sus compras a un clic.



App Éxito: esta aplicación ofrece experiencias únicas, servicios personalizados, ahorro de tiempo, descuentos a la medida, conexión del canal físico y virtual y amplio conocimiento de los hábitos de compra de los clientes. Un Éxito solo para ti.



Domicilios: ofrece a nuestros clientes la posibilidad de comprar los productos de los almacenes desde cualquier lugar, a través de una llamada, por internet o gracias a nuestra aplicación móvil.



Compra y Recoge: el cliente hace su pedido a través de exito.com, y selecciona recoger en uno de los almacenes que se encuentran habilitados con este servicio.



Éxito atendido: desarrollo tecnológico a través del cual se pueden adquirir miles de referencias sin que estas se encuentren exhibidas físicamente en el almacén.



Rappi: la plataforma de Rappi permite hacer pedidos fácilmente, solicitando en línea y recibiendo donde el cliente quiera sus productos favoritos del Éxito.

2. Target / Audiencias

Mujeres y hombres mayores de 18 años en todo el territorio nacional, todos los niveles socioeconómicos con foco del 3 al 5.

Insight

- ¿Cuál es el insight más importante, el que lo ha llevado a plantear este brief / reto?

El argumento más poderoso para el desarrollo de este brief es la necesidad de posicionar el concepto de la Omnicanalidad en la mente de nuestros clientes y consumidores, demostrándoles que en Éxito pueden hacer sus compras cuando quieran y desde donde quieran.

- ¿Existe algún tipo de información que le gustaría que fuera usada para responder el brief?

Realizar un benchmarking de la competencia para entender cómo están comunicando los competidores sus ventas no presenciales.

3. Objetivo de la campaña

- ¿Cuál es el objetivo de esta campaña?

Se debe realizar una campaña que represente el concepto de la Omnicanalidad de la marca Éxito, posicionando los canales digitales y los servicios dentro del punto de venta, resaltando atributos y factores diferenciales.

Los mensajes empleados deben ser claros, directos y contundentes, se debe entregar la campaña sombriamente con estrategias y entregables apalancando cada uno de los canales digitales exito.com, app Éxito y servicio a través de WhatsApp.

- ¿Cómo visualiza el éxito en esta campaña?

Se debe evidenciar una marca cercana, amable y con múltiples soluciones y canales digitales para que los clientes realicen sus compras desde donde quieran.

- ¿Desea cambiar actitudes, crear movimientos, incrementar las donaciones?

Incrementar el conocimiento y posicionamiento de los canales digitales de la marca Éxito.

4. Mensaje clave

En Éxito los clientes encuentran todo lo que necesitan, y lo pueden adquirir a través de todos los canales digitales que tenemos disponibles para facilitar la compra.

5. Tono de voz

Siempre "Tú", nunca "USTED".

| Cálidos | Leales | Alegres | Sensatos |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Escribe y habla naturalmente, somos humanos.</p> <p>Ponte en los zapatos del otro y genera cercanía.</p> <p>Demuestra que conoces a quien le hablas, personaliza el mensaje.</p> <p>Expresa afecto genuino, sin ser forzado ni cursi.</p> <p>No uses mayúsculas corridas, no nos gusta gritar.</p> <p>Ejemplos "Nosotros tu Éxito" Somos tuyos.</p> <p>"Inténtalo nuevamente luego" "Vuelve más tarde" Usamos frases naturales, no técnicas.</p> <p>"Saludos" "¡Nos vemos!" "¡Hasta pronto!" Saludamos de manera informal y con alegría.</p> | <p>Exprésate de manera franca.</p> <p>Usa palabras claras y sencillas.</p> <p>Sé franco y no des vueltas.</p> <p>Cuánto más breve, mejor.</p> <p>Apóyate en hechos reales.</p> <p>No des lugar a la incertidumbre, transmite confianza.</p> <p>Ejemplos "Si tienes dudas, estamos para ayudarte, siempre." Demostremos que somos incondicionales.</p> <p>"En 1 día te contactaremos." Damos tiempos concretos y los cumplimos.</p> <p>"¡Tu compra ha sido un éxito!" Usamos una voz activa, directa y clara.</p> | <p>Resalta el lado positivo de las cosas.</p> <p>Contagia el optimismo.</p> <p>Entusiásmate con los logros.</p> <p>Intenta provocar sonrisas.</p> <p>Ejemplos "Felicitaciones, Josefina, ¡muy buena compra!" Contagia la alegría de comprar en el Éxito.</p> <p>"¡Ya están listos todos tus descuentos!" Transmite entusiasmo por lo que vendrá.</p> | <p>Ten en cuenta la situación de tu interlocutor para encontrar el tono justo.</p> <p>Permitete ser creativo y original.</p> <p>Sorprende con detalles inesperados.</p> <p>Ponte en los zapatos del otro.</p> <p>Ejemplos "Entendemos tu molestia, lo estamos solucionando" Entiende la situación del otro.</p> <p>"Mientras esperas, mira estos descuentos para ti" Valora el tiempo de los demás.</p> |

6. Presupuesto

- Presupuesto de la campaña: 200 millones (70% medios – 30% producción)
- Embajador de marca: Egan Bernal

7. KPI

- Campaña contundente con mensajes claros y poderosos.
- Posicionamiento de marca.
- Aumento en el tráfico al sitio web exito.com, descargas en la app Éxito e interacciones con el chat de WhatsApp.

ORGANIZA

PATROCINA

