Dos Alas
HUB DE COMUNICACIÓN

# CASO DROPS.

PREMIOS EIKON 2021
DOS ALAS AGENCIA
CAMPAÑA SOCIAL MEDIA GENERAL

- # Introducción, planteo y diagnóstico:

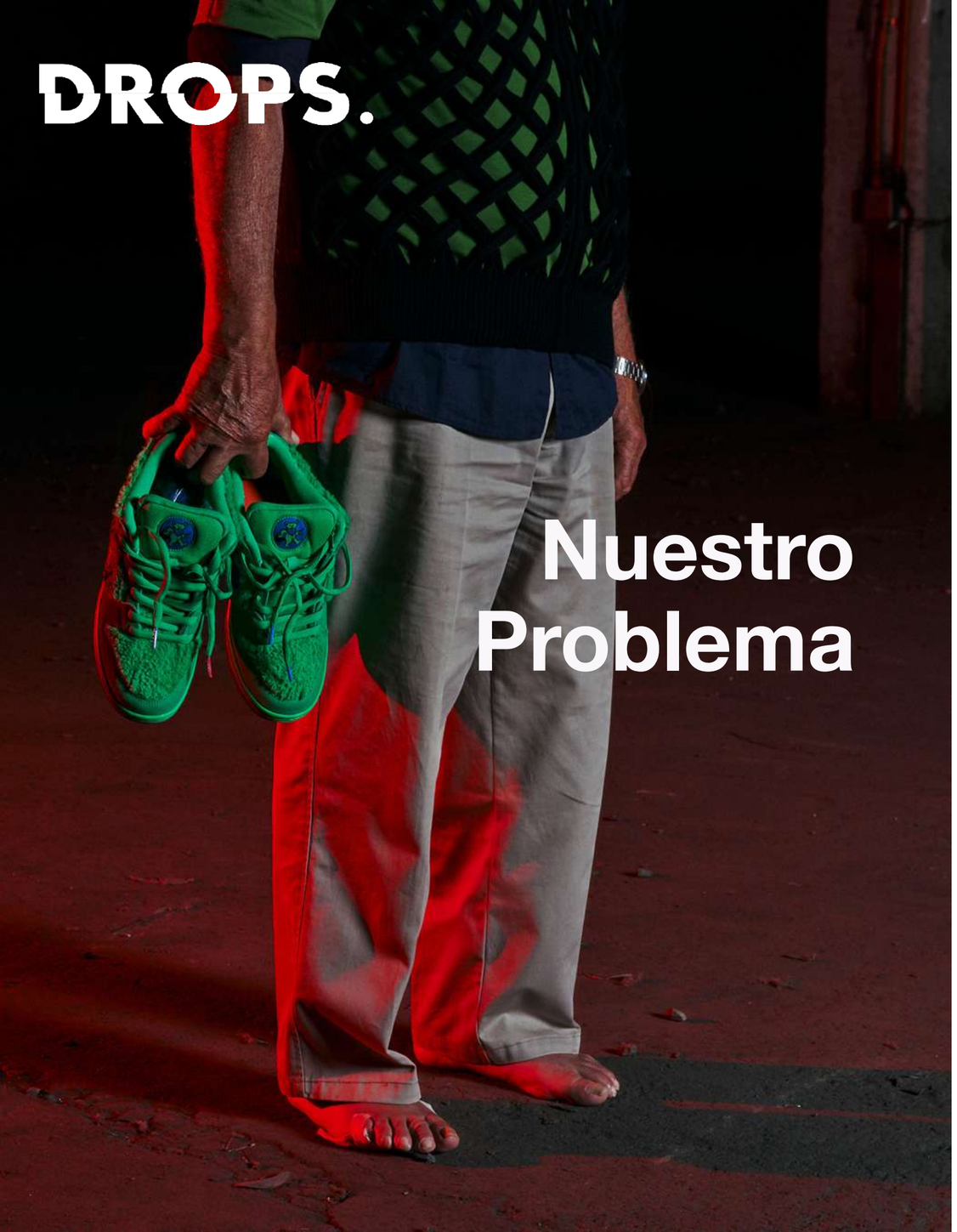
DROPS es la única tienda especializada de zapatillas exclusivas y de colección en nuestro país.

Aquí llegan lanzamientos internacionales y exclusivos de distintas marcas, como también todos los coleccionistas, fans y revendedores detrás de ellos.

Drops es más parecida a una consulta psiquiátrica que a una tienda de zapatillas. Para ir a ella se debe pedir hora, y al llegar, efectivamente nos encontramos con una consulta médica psiquiátrica, en pleno centro de Santiago y con estética ochentera.

Si la ***obsesión*** de nuestra audiencia es la ***enfermedad***, nosotros somos el ***remedio*** y la ***cura***.

DROPS.




# Nuestro Problema

**AUDIENCIA EXIGENTE**

A pesar de tener una propuesta de branding interesante, se hacía muy difícil construir la marca en el día a día. La audiencia es demasiado exigente y sólo está preocupada de lo que les importa: Fechas de lanzamientos, stocks disponibles, precios y cómo hacer fila.

**DEMASIADA EXCLUSIVIDAD**

Y es que el mundo de las zapatillas de colección, el mundo es bastante peculiar y especial. Colecciones exclusivas, colaboraciones con artistas mundialmente famosos, stocks súper limitados, hacen de esta categoría una mezcla especial de diseño, moda, tendencias y claro, revendedores.

**LOS TIBURONES**

Cada nuevo lanzamiento es una oportunidad para que estos revendedores , conocidos como tiburones, puedan hacer negocios y especulaciones. Estos “tiburones” llegan incluso a comprar varias unidades de un lanzamiento, haciendo muy difícil que un fan genuino pueda conseguir un par y además pagar lo justo por él.

# EN ESTE MUNDO, LA INFORMACIÓN ES ORO.

## STOCK LIMITADO

Con stock y ediciones limitadas, la forma de comprar es inscribiéndose en una fila virtual o una rifa virtual donde se sortean los cupos para poder comprar. En estas filas se inscriben promedio más de 10.000 personas para existencias de 20 pares.

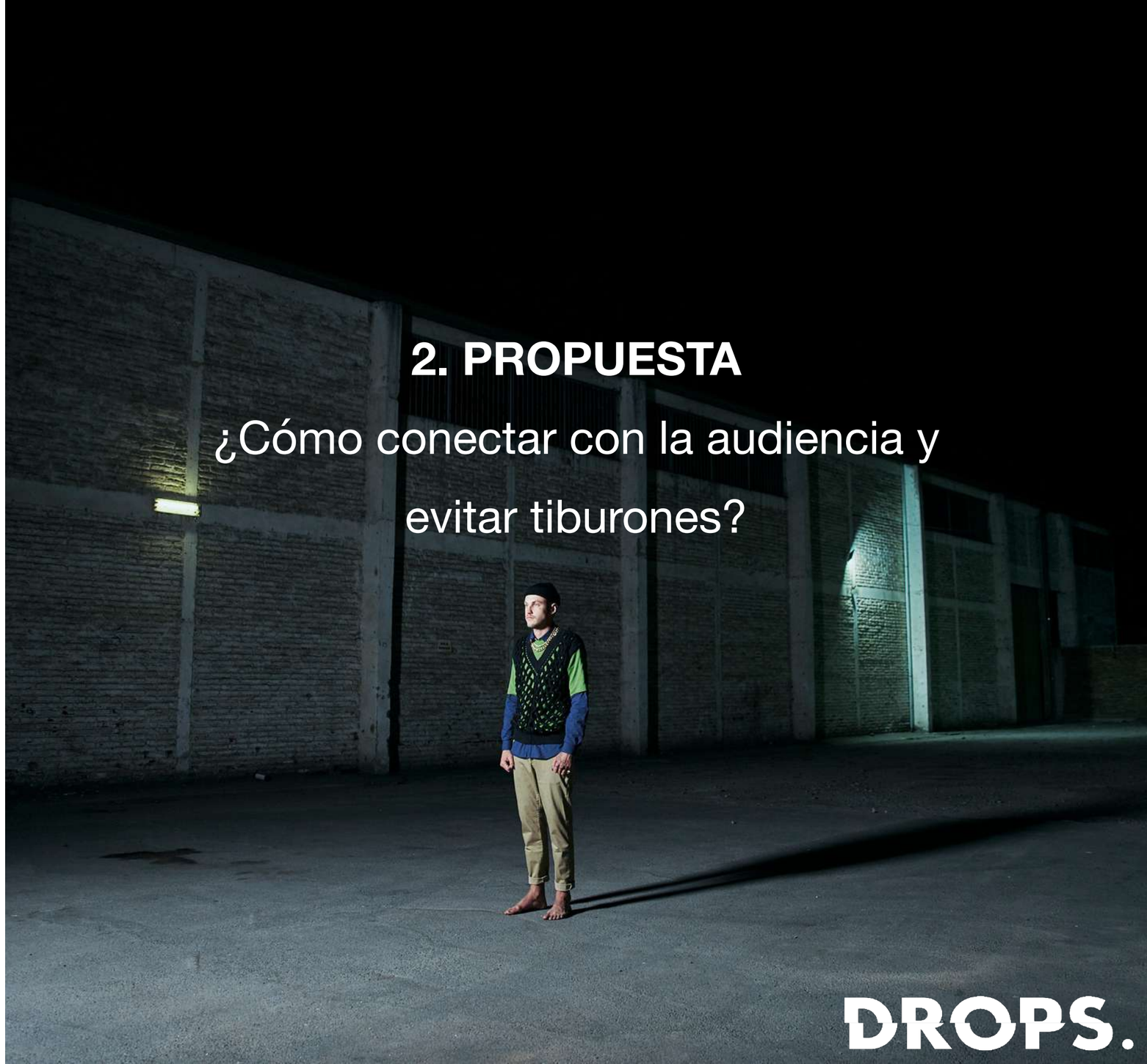
## COMPRAR ES UN PRIVILEGIO

Saber qué día se harán los lanzamientos es información que cualquiera quisiera tener ya que esto es una verdadera ventaja frente a revendedores y la mejor oportunidad para poder comprar.

DROPS.

**NUEVA LINEA EDITORIAL**
Decidimos crear una línea de contenido complementaria a nuestras publicaciones de lanzamientos y productos.

**DESDE LA CREATIVIDAD**
Dentro de la agencia contamos con un equipo creativo que puso todo su tiempo y energía en darle un giro a la marca. Pasamos de ser una tienda que subía fotos de zapatillas a su feed, a crear una verdadera comunidad. Dándonos la libertad de experimentar distintas técnicas audiovisuales y cambiar junto a ellas: fotografía, Ilustración, 3D, realidad virtual, etc.



# 3. EJECUCIÓN:

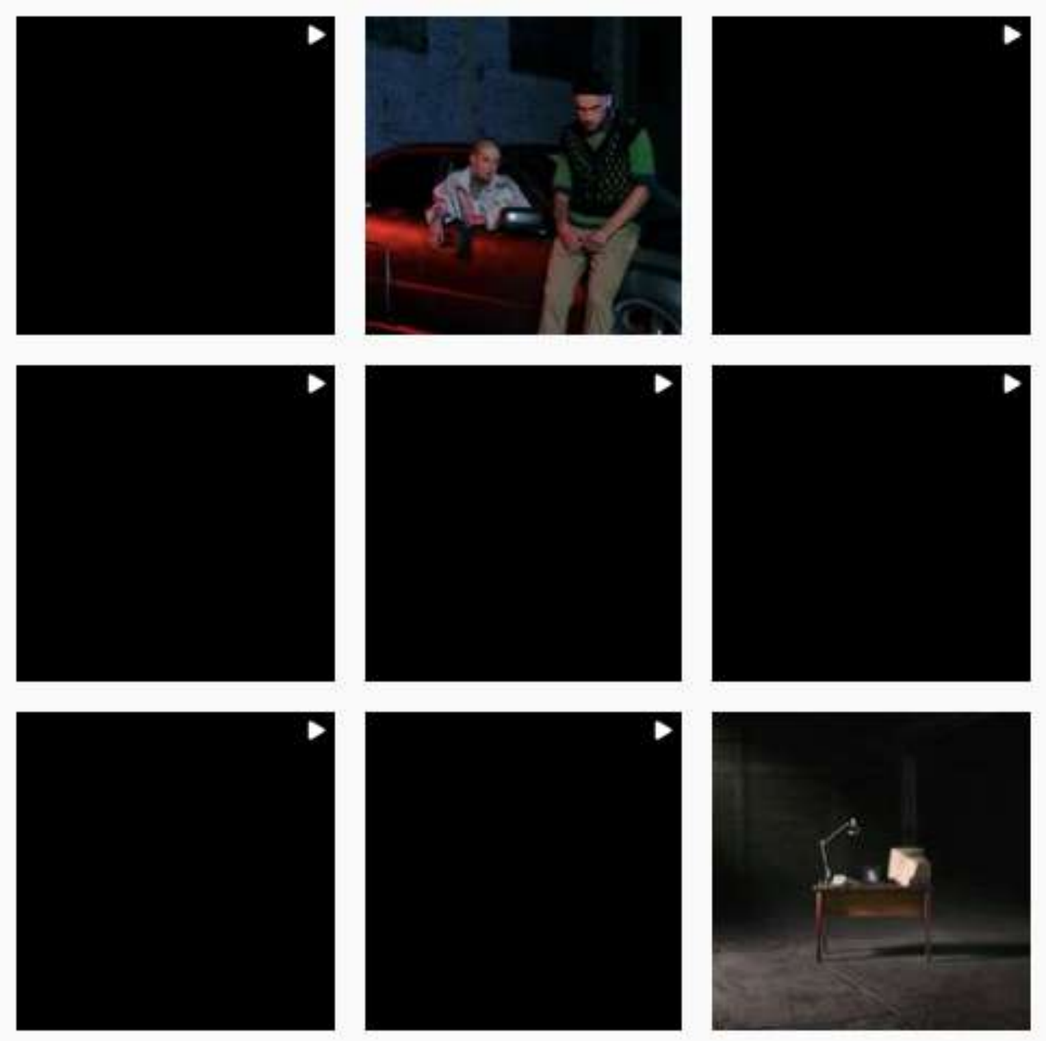
EN ESTA EXPLORACIÓN,
DESCUBRIMOS 3 MOMENTOS:

**INCOMODIDAD, OBSESIÓN Y PLACER.**

“Parece una locura estar obsesionado por zapatillas”. Este fue nuestro punto de partida para estudiar la obsesión desde la semiótica y la psicología visual de la gestalt, desmembrando el proceso cognitivo y psiquiátrico detrás.

Definimos una nueva forma de mostrar nuestros productos en el feed, llevando la incomodidad a un lenguaje visual para finalmente – NO MOSTRAR – los productos. Llevamos la doble fachada de nuestra tienda física a nuestro feed y cada lanzamiento que hicimos, lo hicimos mostrando una imagen negra al comienzo de las publicaciones lo que provocó que todo nuestro feed se viera completamente negro ocultando las zapatillas.

# incomodidad



Creamos un relato basado en la incomodidad de la espera y junto a un reconocido fotógrafo, le dimos vida a través de una sesión de 13 fotografías.

DROPS.

# Lanzamiento
# A TRAVÉS DE UNA BÚSQUEDA DEL TESORO Y ACERTIJOS.

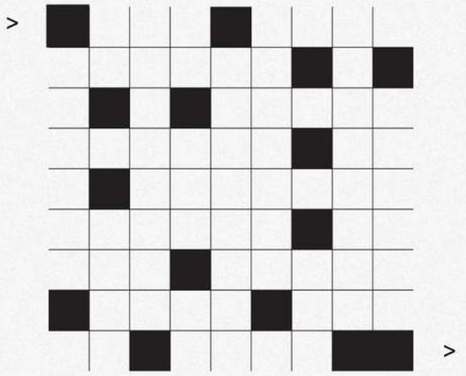
Ideamos un primer juego para experimentar, que consistió en un sudoku a través de nuestras stories, además de comentarios de Drops en publicaciones de zapatillas que ya habían sido lanzadas.

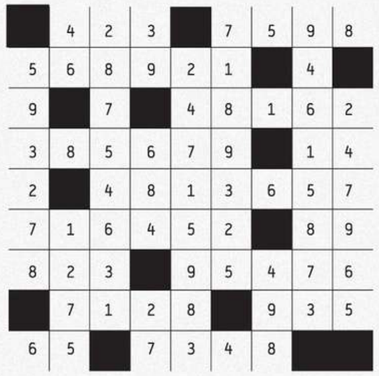
Al resolver el Sudoku y completar el link con estos números llegábamos a un sitio web donde podíamos ver sólo la imagen de un boleto de lotería. Al reemplazar los números por letras, obteníamos la respuesta: Quince Feb. Esta fue una primera etapa de una serie de juegos que terminó con una cantidad gigantesca de fans pendientes de nuestra marca.

Así, la historia que partió con más de 44.000 personas viendo nuestras stories y sumándose al desafío, terminó con sólo 45 personas inscritas en una rifa vip con 10 cupos y ningún revendedor en ella.

DROPS.

# búsqueda del tesoro





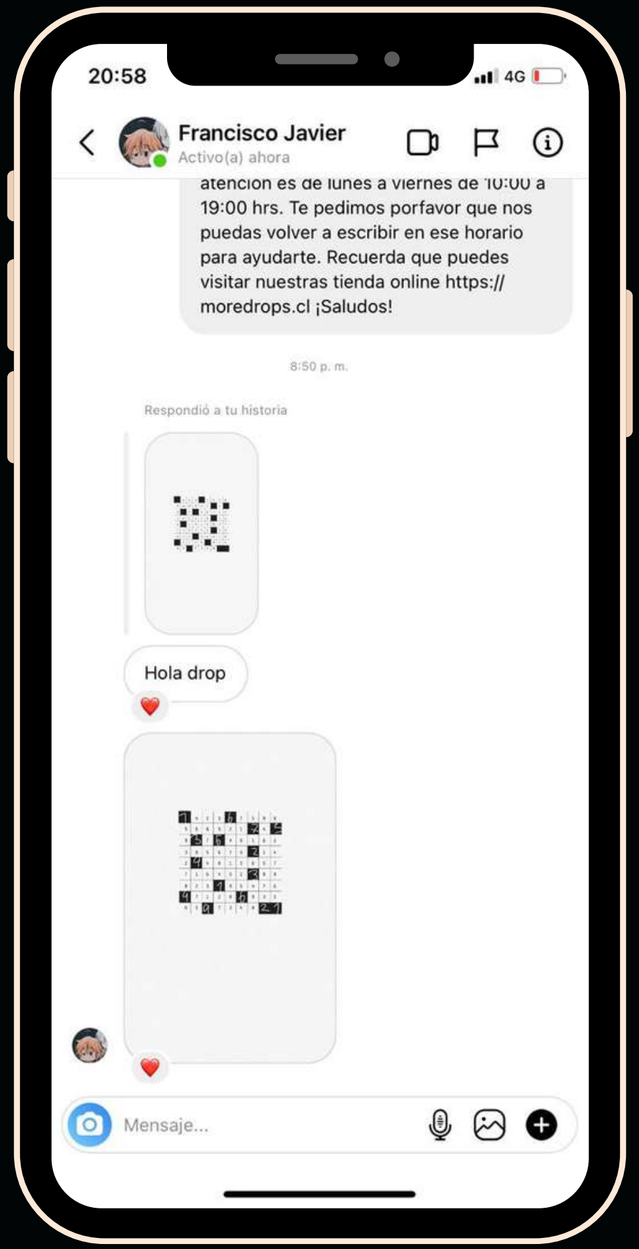
| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 4 | 2 | 3 | | 7 | 5 | 9 | 8 |
| 5 | 6 | 8 | 9 | 2 | 1 | | 4 | |
| 9 | | 7 | | 4 | 8 | 1 | 6 | 2 |
| 3 | 8 | 5 | 6 | 7 | 9 | | 1 | 4 |
| 2 | | 4 | 8 | 1 | 3 | 6 | 5 | 7 |
| 7 | 1 | 6 | 4 | 5 | 2 | | 8 | 9 |
| 8 | 2 | 3 | | 9 | 5 | 4 | 7 | 6 |
| | 7 | 1 | 2 | 8 | | 9 | 3 | 5 |
| 6 | 5 | | 7 | 3 | 4 | 8 | | |

*En la foto de la izquierda se ve el sudoku que debían resolver nuestros seguidores.

*La foto de la derecha, muestra la solución.

DROPS.

20:59
4G
squinzaa
Hola squinzaa Nuestro horario de atención es de lunes a viernes de 10:00 a 19:00 hrs en días hábiles. Te pedimos por favor que nos puedas volver a escribir en ese horario para ayudarte. Visitarnos en nuestra tienda online https://moredrops.cl ¡Saludos!
29 de diciembre 2:07 p. m.
tienen algún otro método de contacto
aún no responden mi correo
29 de diciembre 3:12 p. m.
Debes insistir directamente con Servicio al Cliente
8:52 p. m.
Respondió a tu historia
167335293146921
Mensaje...


20:58
4G
Francisco Javier
Activo(a) ahora
atención es de lunes a viernes de 10:00 a 19:00 hrs. Te pedimos porfavor que nos puedas volver a escribir en ese horario para ayudarte. Recuerda que puedes visitar nuestras tienda online https://moredrops.cl ¡Saludos!
8:50 p. m.
Respondió a tu historia
Hola drop
Mensaje...

20:59
4G
squinzaa
Hola squinzaa Nuestro horario de atención es de lunes a viernes de 10:00 a 19:00 hrs en días hábiles. Te pedimos por favor que nos puedas volver a escribir en ese horario para ayudarte. Visitarnos en nuestra tienda online https://moredrops.cl ¡Saludos!
29 de diciembre 2:07 p. m.
tienen algún otro método de contacto
aún no responden mi correo
29 de diciembre 3:12 p. m.
Debes insistir directamente con Servicio al Cliente
8:52 p. m.
Respondió a tu historia
167335293146921
Mensaje...

DROPS.

# Segundo juego
# adidas x bad bunny

- Luego de este primer acercamiento, realizamos el lanzamiento de la mundialmente esperada colaboración entre Bad Bunny y Adidas; Adidas Forum First Morning Café.

- Este lanzamiento mundial contaba sólo con 25 pares en Chile, lo que podía representar un gran problema tomando en cuenta que para cada lanzamiento se inscriben entre 10.000 y 20.000 personas en la fila virtual de compra.

- Por esta razón y debido al éxito de la primera búsqueda del tesoro, se decidió realizar 2 rifas para este lanzamiento: una con 15 cupos abierta a todo público y otra privada en donde sólo podrían entrar quienes resolvieran los acertijos que desarrollaríamos.

- En esta ocasión hicimos 2 historias públicas y el resto de desafíos fueron por DM. Las personas que resolvieron todas las pistas fueron invitadas a nuestra tienda para resolver la última.

DROPS.

# Segundo juego
# adidas x bad bunny

- La primera prueba consistió en una imagen con 8 relojes análogos dispuestos en una forma cuadrada. Cada reloj marcaba una hora distinta con un minutero rojo y un horario azul.
- Nuevamente nuestra bandeja de entrada se llenó con más de 2000 de mensajes directos, todos queriendo saber más al respecto, pidiendo pistas, especulando y los menos, con la respuesta.

- Si sumábamos los números que apuntaban minutero y horario de nuestros relojes, cada reloj tenía un número distinto que podía representar una letra, en este caso nuestros relojes formaban la palabra CHAMPION, ya que Bad Bunny es además de cantante, campeón mundial del título 24/7 de la WWE.

- La siguiente prueba se le envió por mensaje directo a todos quiénes lograron resolver la primera pista. Este segundo acertijo consistía en lo siguiente: Un tablero de ajedrez en donde en cada casilla podíamos ver una letra distinta, en la parte inferior podíamos ver un caballo del ajedrez y leer la frase: 5 Movimientos.

# segundo juego

# adidas x bad bunny

- Esta premisa nos invitaba a mover la pieza de ajedrez para armar distintas palabras. Finalmente la palabra correcta era DRIVER, ya que Bad Bunny es coleccionista de autos de carrera, especialmente los que resaltan por sus caballos de fuerza. En esta etapa sólo 132 acertaron.

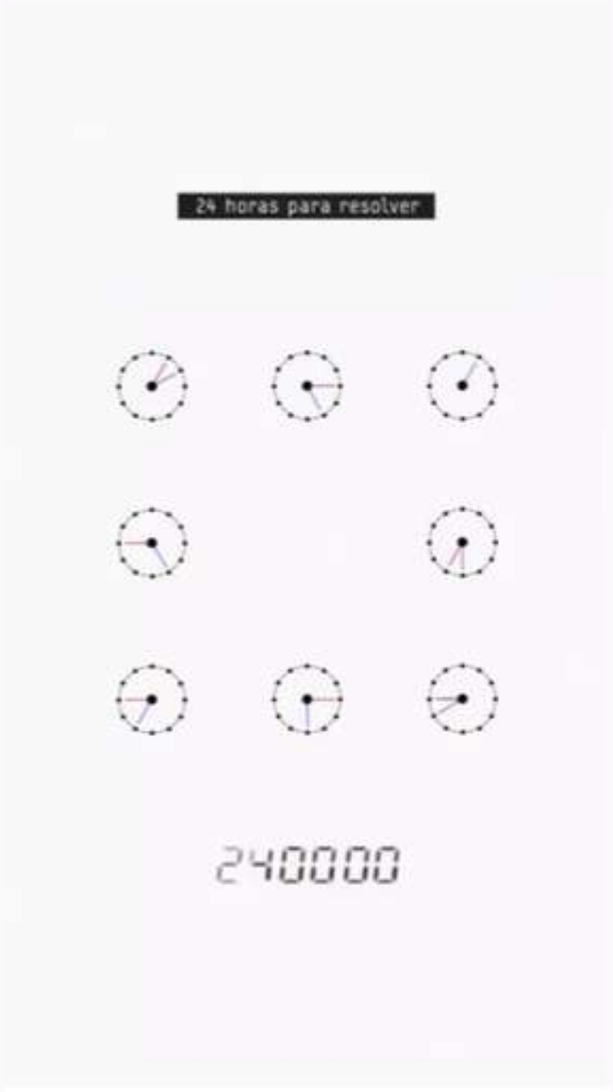
- La siguiente pista, fue mucho más simple y se envió a 132 personas de las cuáles sólo 62 acertaron. Debían buscar unos números en Google y descubrir que eran los números atómicos de 2 elementos químicos que al poner uno al lado del otro se armaba la palabra: CAFÉ.

- A estas 62 personas que resolvieron las primeras 3 pistas correctamente, se les invitó a la tienda de Drops por el último desafío. Al llegar a la tienda, un funcionario los acompañaba hacia la bóveda, sector de la tienda donde se guardan lo modelos más preciados. En ella sólo había una mesa, una silla y un lápiz. Esta prueba consistía en una serie de números junto a la palabra CALL ME.

- Aunque todos quisieron llamar, la secuencia de números no era un número de teléfono. Algunas personas se dieron cuenta que cada número del teclado de su teléfono, tenía letras y nuevamente al darle valor alfabético a los números de la prueba se podía leer la última respuesta y el premio al mismo tiempo: Bad Bunny Forum - Rifa Vip.

DROPS.

# búsqueda de tesoro parte 2




Los relojes

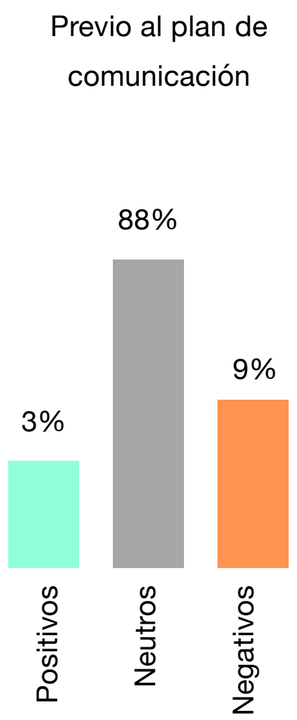
El ajedrez

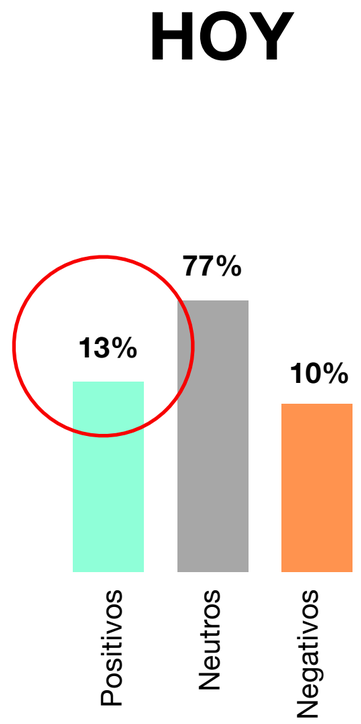
DROPS.

# 4. RESULTADOS Y EVALUACIÓN

## AHORA, LOS COMENTARIOS SON MÁS POSSITIVOS.

La audiencia interactúo más positivamente con el contenido, aumentando el engagement y sobre todo el sentimiento de los comentarios fue más positivo, disminuyendo los comentarios negativos en relación al periodo previo al plan de comunicación.




DROPS.

# 4. RESULTADOS Y EVALUACIÓN

## LOGRAMOS FIDELIZAR a NUESTROS SEGUIDORES

La historia que partió con más de 44.000 personas viendo nuestras stories y sumándose al desafío, terminó con sólo 45 personas inscritas en una rifa vip con 10 cupos.

## DEJAMOS FUERA A LOS REVENDEDORES

La primera persona que intentó resolver el acertijo presencial en nuestra tienda para el lanzamiento de Bad Bunny, era un reconocido revendedor y falló en su intento. Este fue uno de los principales indicadores de estar haciéndolo bien.

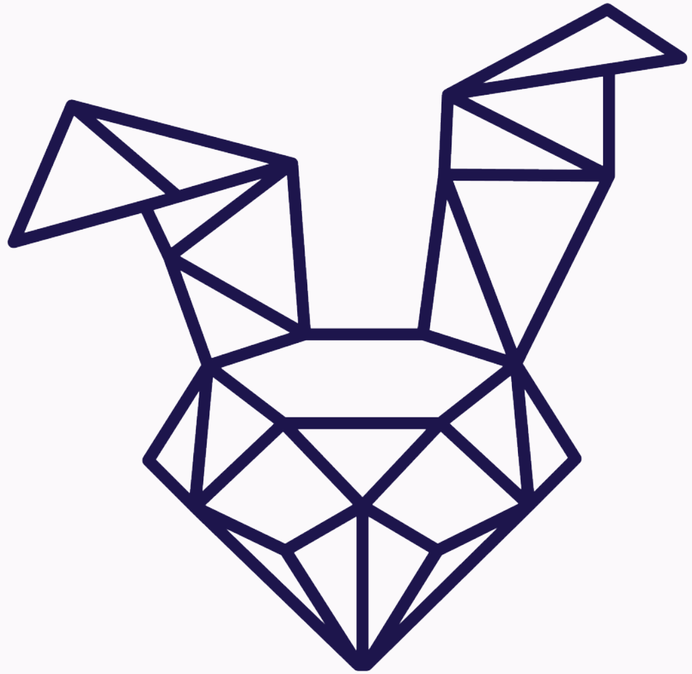
## AUMENTAMOS EL ENGAGEMENT

Gracias a este plan de contenido, aumentamos la interacción con la comunidad en cada una de nuestras publicaciones, así como también en seguidores, alcance y engagement
Todo esto sin inversión publicitaria.

**Hoy, conectamos con la audiencia de una forma diferente, más genuina y en torno a lo que nos apasiona, dejando en el camino a revendedores y apuntando a una relación a largo plazo con la audiencia.**

Generamos más de 2000 conversaciones y mensajes directos y un alcance promedio para ambas iniciativas de búsqueda de 36.000 personas.

DROPS.



# Dos Alas

HUB DE COMUNICACIÓN