



KONICA MINOLTA

CASO DE ÉXITO TRANSPROMO LENSWAY, SUECIA

✎ La implementación de la solución transpromo deriva en crecimiento de los ingresos

Lensway es una óptica online en Escandinavia y otros países europeos, que se dedican a la venta de productos ópticos, que van desde gafas graduadas, hasta líquidos para la limpieza de lentes. Poseen diversas tiendas para atender a sus clientes, pero estrategia principal es la venta por internet. Desde que en el año 2000 iniciaran la venta de lentes online, su negocio ha crecido considerablemente. En 2008 ampliaron su gama de productos y ahora también ofrecen gafas graduadas a precios muy competitivos.



1234

DIGITAL III
enabling your business

El reto

En su afán por ampliar continuamente su base de clientes y mejorar la rentabilidad, Lensway buscaba nuevas alternativas para captar clientes y generar más negocio. Al darse cuenta de que su base de clientes que adquirían lentillas había crecido, pero que el potencial de mercado de gafas era mayor, tomaron como objetivo conseguir vender gafas graduadas a los clientes que actualmente utilizaban lentillas

La solución

Como usuario desde hacía tiempo de la tecnología de impresión de Konica Minolta, les hicieron partícipes de este nuevo objetivo y se informaron sobre la posibilidad de incluir mensajes promocionales en comunicaciones transaccionales. Para Lensway, las facturas eran una de los pocos documentos informativos tangibles para clientes, por lo que también era el tipo de comunicación más leído y archivado. Entendieron que podía ser un buen medio para generar ingresos mediante cross selling o incluso negocio recurrente. Al principio se acusó cierta preocupación sobre la fiabilidad de fusionar mensajes adicionales en un documento tan importante. Después de todo, la impresión de facturas es una cuestión delicada y añadir otro factor incrementaría el riesgo de errores: algo inaceptable. Se tomó la decisión de adquirir la solución PlantPress y añadir un mensaje estático en cada factura.

El resultado

En los meses iniciales, y con la impresión de las nuevas facturas, se hizo patente que funcionaba. “Para mí, estaba claro que se iba a experimentar un incremento de la demanda de gafas gracias el envío de mensajes promocionales en las facturas” añade el director de ventas y marketing de Lensway Henrik Johansson. “Hemos experimentado un rápido crecimiento tanto en ingresos como en volumen; también vemos que este enfoque crea una mayor conciencia ya que ofrecemos todo tipo de productos para gafas, lo que tendrá un efecto positivo en la venta de nuevos productos que vamos a ofrecer en el futuro”.



Henrik Johansson, Director de Marketing y Ventas en Lensway (derecha) y Mikael Petterson de Konica Minolta Suecia (izquierda).

Perspectivas de futuro

El futuro parece prometedor para Lensway, explica Johansson “los resultados fueron tan prometedores que ahora estamos valorando incluir promociones personalizadas en las facturas en lugar de ofertas genéricas. Con una gestión adecuada de los espacios en blanco, podemos maximizar el uso de cada factura, lo que hace que tenga un mayor valor. Mantenemos datos e información sobre nuestros clientes a fin de poder enviarles ofertas a su medida”.

Detalles del caso

Cliente	Lensway/LensLogistics SA
Tipo de cliente	Minorista de Internet
Localidad	Estocolmo, Suecia
Contacto (NOC)	Mikael Petterson, Roy Spennare
Autor	Konica Minolta Business Solutions Europe GmbH
Fecha	Abril 2013



www.digital1234.biz