CASO DE ÉXITO

Alain Afflelou usa la lente de ERA Group para ampliar su campo de visión

Cliente: Alain Afflelou
Sector: Retail Ópticas y Audiología
Categorías: Artes gráficas

> "Hemos mejorado nuestra visibilidad e impacto de la inversión en marketing y producción gráfica en tienda. Disponemos de una trazabilidad más clara de nuestras campañas, lo que hace que tomemos decisiones de forma más eficiente."

LOLA ARENAS, RESPONSABLE DE MARKETING - ALAIN AFFLELOU



EL CLIENTE

Alain Afflelou es líder del mercado óptico y audiológico y una de las mayores redes de franquicia de su sector. Su misión es facilitar el acceso a la salud visual y auditiva mediante soluciones innovadoras.

EL PROYECTO

Alain Afflelou se planteaba mejorar el impacto y la profundidad de sus campañas, junto con una mayor visibilidad de la gestión de los recursos destinados a marketing y producción gráfica en un entorno de crecimiento continuo y expansión. La compañía buscaba una mejor trazabilidad de sus campañas para tomar decisiones más eficientemente. Su objetivo era maximizar el valor de cada euro invertido para franquiciados y clientes.

Para afrontar este reto, Alain Afflelou confió en ERA Group como socio estratégico. Trabajando de forma coordinada con los equipos internos, ERA actuó como un verdadero "exoesqueleto operativo", aportando metodología, análisis, visibilidad y conocimiento especializado en la categoría de Artes Gráficas.

EL RESULTADO

Erick Polin, analista del proyecto, añade: "Más allá de la cifra de mejora, el impacto se ha traducido en beneficios tangibles para el cliente. A través del análisis de grandes volúmenes de datos hemos logrado aportar mayor transparencia sobre las inversiones realizadas, así como tener procesos de seguimiento y control más ágiles y confiables".

Según palabras de Jorge Fernández Argüelles, director del proyecto: "El verdadero éxito de este proyecto ha sido liberar recursos internos para que el equipo de Alain Afflelou pudiera concentrarse en aquello que mejor sabe hacer: maximizar la producción, impulsar la innovación comercial y seguir mejorando la experiencia de cliente".

Gracias a esta nueva forma de gestionar sus recursos, Alain Afflelou no solo consiguió gastar mejor, sino también reforzar su capacidad para seguir creciendo y ofreciendo un servicio cada vez más diferencial.