

Diseño UX, posicionamiento, estrategia, branding, venta online y UX



FICHA TÉCNICA

Anunciante: Bodeboca.
Agencia: Zorraquino.
Campaña: Estrategia digital.

Bodeboca nació en 2010 como el primer club de venta privada de grandes vinos, una idea innovadora que tomaba como referencia lo que ya se estaba haciendo en otros países como Francia con buenos resultados. En el caso de España la propuesta fue disruptiva, se trataba de trasladar este modelo de negocio en un sector tan tradicional como es el del vino.

Actualmente y después de una trayectoria ascendente de seis años y millones de botellas vendidas, Bodeboca y todo su entorno evoluciona a un concepto más aspiracional, con especial hincapié en la comunidad.

“Somos actualmente la mayor comunidad de aficionados al vino en España con más de medio millón de socios registrados. Sabemos lo que pide el consumidor y podemos ofrecer una propuesta de vinos para cada segmento del mercado”, explica Greg Bulckaert, fundador y director general.

ALIANZA Y ACOMPAÑAMIENTO. Desde hace más de cinco años, Zorraquino ha acompañado a Bodeboca en el ámbito digital, con el objetivo de fortalecer su marca e identidad digital, mejorar su branding, potenciar la experiencia de usuario y accesibilidad.

A medida que pasan los años, cambian los consumidores, las formas de comprar, el entorno digital... Y de la misma manera que cambia la empresa, también lo hace su identidad, comunicación, expresión, estrategia, usabilidad y experiencia de usuario.

Se trata de un proceso en evolución cons-

tante a través de rethinking y restyling. Con esto se consigue crear una marca viva, incidiendo en una percepción actual y adaptada a cada momento.

Acompañamos a Bodeboca con una estrategia iterativa. No hemos parado de evolucionar y mejorar su presencia digital, lo que repercute en su reputación, estrategia y negocio. Se ha convertido en una marca innovadora que se preocupa por sus usuarios y clientes. El reto es que la experiencia de usuario y marca sea impecable.

DATOS CLAVE DE NEGOCIO. Bodeboca ha ido creciendo año a año y es algo que se ve en sus cifras:

- Crecimiento de un 55% en ventas en el 2016.
- Cada mes se incorporan 20.000 socios a la comunidad y al cierre del año 2016 superaron la cifra de 500.000 socios registrados.
- Crecimiento sostenido superior al 100% interanual desde la creación de la empresa.
- De manera general, el ARPU de sus usuarios ha crecido un 20% en los últimos 12 meses.
- Actualmente el número de referencias es de 1.700 pero el objetivo es tener de aquí a 2020 el mayor catálogo de vinos en España.

“Queremos que el 99% de los vinos que buscan los aficionados se puedan encontrar en Bodeboca. Estamos hablando probablemente de unas 10.000 referencias entre vinos españoles e internacionales”, apunta Greg Bulckaert.

PREVISIÓN DE FUTURO. Actualmente Bodeboca responde a dos premisas:

- **Visión:** la tecnología permite beber mejores vinos.

- **Misión:** ayudar a cada persona a encontrar los vinos que le gustan, reduciendo las distancias entre productores y aficionados.

Ambas convergen en su nuevo claim: “Bodeboca: el vino en primera persona”.

“Vivir el vino en primera persona es elegir y probar, sin miedo a equivocarse. Entre ese medio millón de personas hay todo tipo de perfiles: los más exploradores, los clásicos, los puristas, los que se acercan al vino por primera vez, los entendidos, los que buscan las mejores ofertas... Pero todos tienen algo en común: encuentran los vinos que buscan, con precios atractivos, cómodamente en cualquier momento y desde cualquier lugar”, explica Greg.

CONCLUSIONES. Bodeboca es el resultado de un trabajo en evolución a lo largo de los años y en cada etapa surgen nuevas necesidades como pequeñas mejoras, actualización y enriquecimiento de la usabilidad y experiencia de usuario y consumidor...

Además, en todo este tiempo de relación Zorraquino-Bodeboca, ambos han sido reconocidos con diversos premios y reconocimientos: Premios eAwards BCN 2013 (primer premio en Mejor estrategia comercial), Premio Guía Peñín 2013 (Mejor tienda online de vino), Premios Anuario 2014 (Mejor imagen gráfica de un producto, servicio o actividad), Premios Mercados del vino 2016 (Premio al distribuidor por su labor de acercamiento al vino al público) y Premios Red Dot 2016 (Red Dot Award en E-Commerce). ■



MIGUEL ZORRAQUINO
 DIRECTOR GENERAL
 Y CREATIVO DE
 ZORRAQUINO