



SWAROVSKI

Mónica Sánchez Cerri | Gerente de Ventas Chile.

# HABLEMOS DE LA HISTORIA DE SWAROVSKI



# NUESTRO OBJETIVO

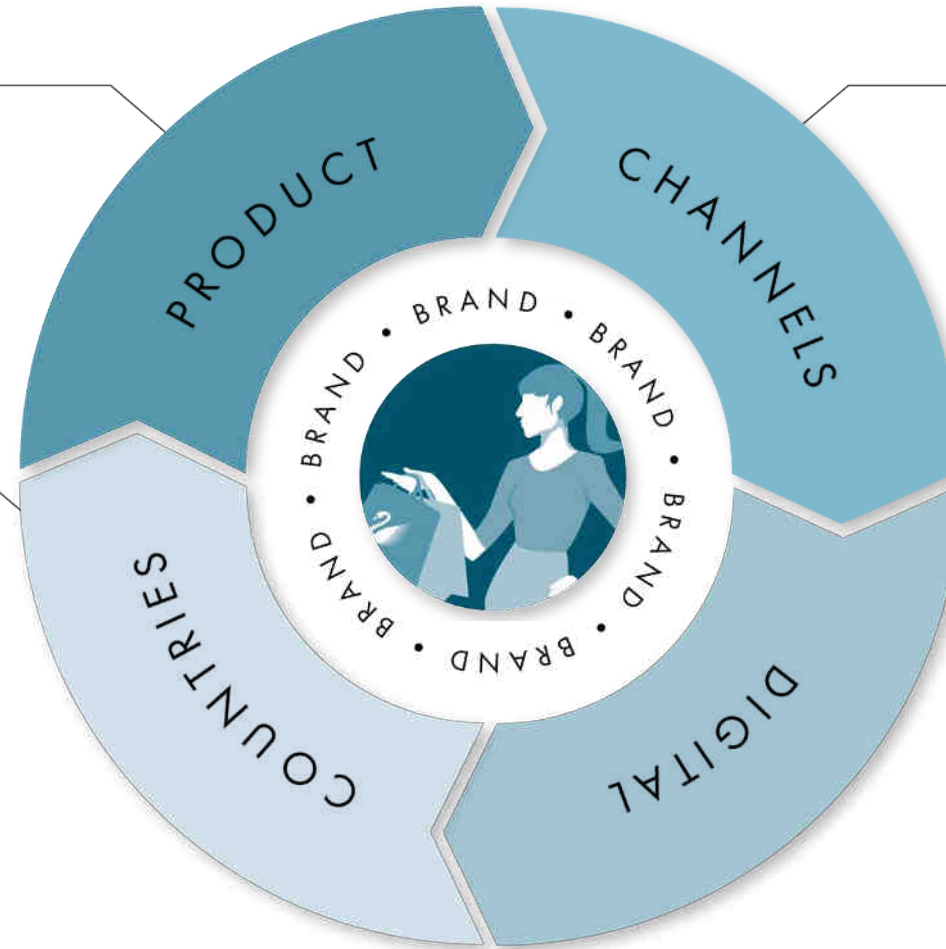
HACER DE SWAROVSKI LA MARCA TOP OF MIND EN EL RUBRO DE BISUTERÍA , RELOJES Y ACCESORIOS.

## PRODUCTO

- Para el uso diario, de moda, con diseños comerciales que generen tráfico.

## PAÍSES

- 15 Países prioritarios.



## CANALES

- Excelencia Operacional.
- Crecimiento Sustentable.
- Crecer en On-line.

## DIGITAL

- Experiencia Omni-channel
- CRM & Personalización

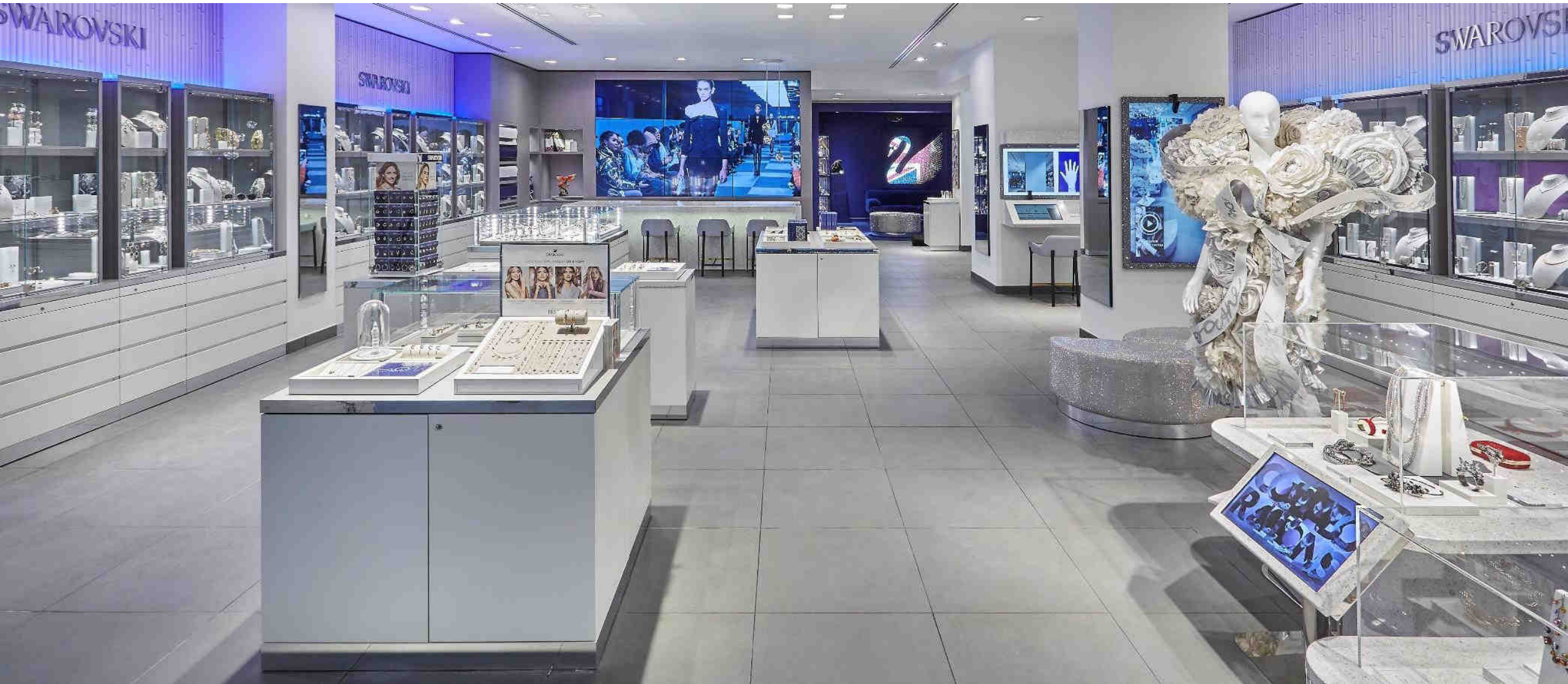
# ESTRATEGIA DE MARKETING 360





# MATERIALIZACIÓN DE LA ESTRATEGIA OMNI-CHANNEL: SWAROVSKI OXFORD STORE.

EXPERIENCIA SHOPPER DISEÑADA DESDE EL CONSUMIDOR.



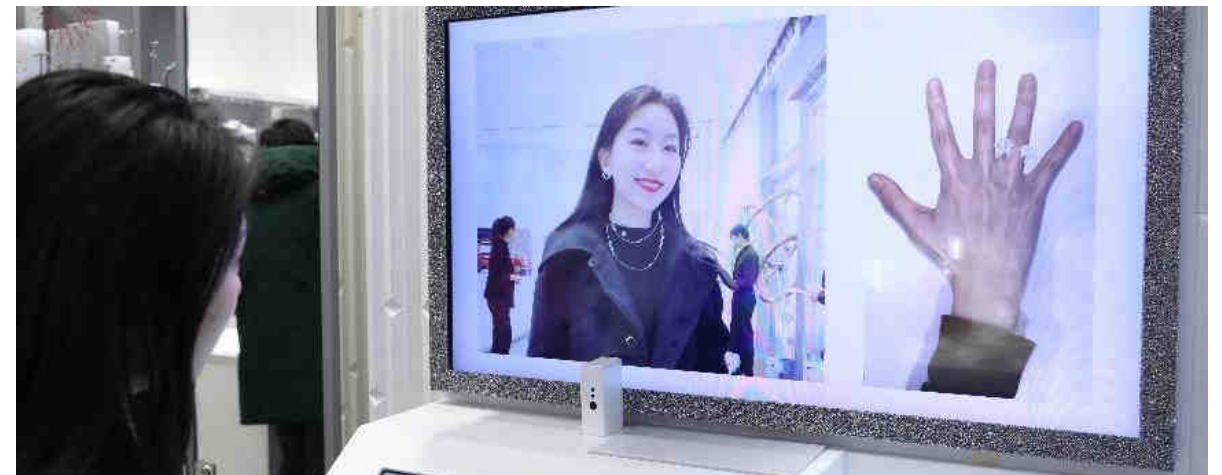


## EXPERIENCIA OMNI- CHANNEL : SPARKLING BAR Y PROBADOR DIGITAL.

SPARKLING BAR ES UN AREA QUE ENTREGA UNA EXPERIENCIA DIGITAL Y QUE AUMENTA EL TIEMPO DE ESTADÍA EN EL PUNTO DE VENTA.



EL PROBADOR DIGITAL DE JOYERÍA ENTREGA LA POSIBILIDAD DE EXPERIMENTAR EL CATÁLOGO COMPLETO DE SWAROVSKI.



THANK YOU