

STARBUCKS RESERVE

Buscamos por todo el mundo los cafés artesanales

# ALSEA CONECTA EL SERVICIO CON LA INNOVACIÓN

La tecnología y la innovación son dos de nuestras ventajas competitivas y la base de nuestro liderazgo para estar cada vez más cerca de las necesidades de nuestros clientes



nuevas  
marcas



nuevos  
productos



nuevos  
canales



# INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

**En Alsea trabajamos para renovarnos día a día, para conectar con nuestros clientes e ir más allá del momento de consumo. Hoy, de la mano de la tecnología escuchamos sus preferencias, sabemos qué quieren y cómo lo quieren y esto lo convertimos en productos y servicios innovadores acordes con sus estilos de vida.**

Conocer los perfiles de nuestros clientes nos permite poner a su disposición beneficios a través de distintas aplicaciones y dispositivos electrónicos, reforzando así la conexión entre ellos y las marcas.

Hoy en día, gracias a las aplicaciones digitales nos mantenemos a la vanguardia para llevar ofertas y promociones a nuestros clientes de manera ágil y eficiente, por lo que seguiremos invirtiendo en estas herramientas y plataformas de comunicación que hoy se han visto beneficiadas logrando un importante incremento en sus registros de afiliación.

De igual forma, seguiremos trabajando en renovar nuestros productos, formatos y servicios para adecuarlos a las tendencias de la industria. Nuestro objetivo es seguir sorprendiendo a nuestros clientes con nuevos sabores y nuevas propuestas orientados a sus preferencias.

## MÉXICO

### STARBUCKS

#### **Reserve Bar**

En el mes de abril abrimos nuestro primer *Reserve Bar* en México, que también fue el primero en un país productor de café en todo el mundo, donde, ofrecimos por primera vez, granos de otra región cafetalera de nuestro país: Starbucks *Reserve* México, Oaxaca, La Pluma.

Esta tienda se diseñó para celebrar la cultura mexicana con elementos producidos e inspirados por el país, sin perder su conexión natural con los Starbucks *Reserve Roasteries*. Está diseñado para ser el escenario para los *Coffee Masters* que representan la más amplia gama de conocimientos sobre café en Starbucks, con una barra inmersiva donde nuestras reservas de exquisitos granos de café de edición limitada cobran vida. Ofrece a nuestros clientes la oportunidad de explorar el café a través de catas y seminarios educativos preparados por nuestros maestros del café. En esta tienda se utilizan métodos de preparación artesanal diseñados exclusivamente para resaltar el café de reserva y es la primera instalación en México en ofrecer *Nitro Cold Brew* y bebidas exclusivas inspiradas en coctelería.

#### **Baked in Store**

Además de brindar la mejor experiencia en el consumo de café, durante 2018 incursionamos en el proyecto de hornear pan en nuestras tiendas con el objetivo de enaltecer la experiencia de alimentos.

Introdujimos productos de panadería frescos y hechos al momento con ingredientes simples, pero de gran calidad y sabor excepcional.

Bajo este concepto ofrecemos la siguiente variedad:

- *Croissant* de jamón y queso, jamón serrano ó mantequilla
- Chocolatín
- Hojaldres frutales
- *Bretzel* de chocolate

Este programa inició en octubre de 2018, con las primeras 19 tiendas en Ciudad de México y zona metropolitana y en diciembre, se activaron 21 tiendas más en Monterrey.



El aroma del  
"pan calentito"

EN NUESTRAS  
TIENDAS  
SEDUCE A  
LOS CLIENTES



### **Back to Flavor**

#### **¿Te acuerdas a qué sabe?**

A través de esta innovación en bebidas buscamos crear una experiencia apelando a momentos de nostalgia por medio de una campaña de comunicación 360°.

Las personas recordaron momentos especiales sobre su infancia y las compartieron con sus familiares y amigos ayudándonos a generar *engagement* digital y mejor conexión con nuestros consumidores.

### **Implementación de Delivery**

En 2018 logramos ampliar nuestro canal de ventas en servicio a domicilio a través del uso de plataformas digitales (APPs) gestionadas por empresas orientadas al desarrollo tecnológico y generamos una alianza estratégica con Rappi a principios de octubre.

Con esta iniciativa logramos que 140 tiendas incorporaran el servicio a través de agregadores.

### **VIPS**

Vips se reinventa y rediseña el menú, optimizando su oferta de platillos para lograr un diseño más fluido y accesible para nuestros invitados.

La presentación del menú busca comunicar la experiencia y personalidad de marca, en un nuevo formato para una mejor lectura, se incluyeron nuevas fotografías con *lay outs* de familias, historias y formatos de marca.

- Innovamos y mejoramos distintos platillos conforme la preferencia de nuestros clientes
- Buscamos establecer consistencia en los productos que tenemos disponibles en nuestras tiendas
- Se incorporaron 12 nuevos platillos

Adicionalmente, durante 2018 realizamos el lanzamiento de la Tarjeta de Lealtad Digital Vips, con la cual se alcanzaron 56,315 registros con más de 16 mil transacciones durante el año.



**140**  
unidades

EN MÉXICO  
COMENZARON  
CON EL SERVICIO  
DE DELIVERY



## DOMINO'S

Este año tuvimos grandes avances en innovación y tecnología gracias a diversas actualizaciones en nuestras plataformas digitales así como la integración del programa de lealtad WOW Rewards, adicionalmente nos unimos a esfuerzos de terceros como es el caso de la funcionalidad de Alexa.

En 2018 alcanzamos más de 3 millones de descargas de la aplicación en iOS y Android, y el volumen de ventas provenientes de estas plataformas alcanzó el 25%.

## P.F. CHANG'S

Mejoramos nuestro menú con el lanzamiento de *Asian Bowls*, que consiste en 23 opciones de *Bowls* y *Ramen*, a partir de noviembre.

Impulsamos el consumo de sushi con la campaña *Sushiología*, que combina sushi con cócteles para brindar una nueva experiencia de sabor y consumo a nuestros clientes.

## THE CHEESECAKE FACTORY

Creamos el postre perfecto para cualquier tipo de celebración: *Celebration Cheesecake*. Este delicioso postre está inspirado en los *funfetti cupcakes*, además, combina el sabor del *cheesecake* original con capas de pastel de vainilla y tres deliciosas capas de mousse de mascarpone sabor fresa, vainilla y chocolate; con una cobertura de queso crema y confeti. Sin duda el pastel más alegre que hayas visto y que jamás podrá faltar para tu celebración.



## ESPAÑA

### FOSTER'S HOLLYWOOD

Foster's se renueva y adopta una nueva identidad corporativa, este proyecto se desarrolló de forma integral logrando una plataforma estratégica de marca y nuevos códigos y tonos de comunicación, dirigido principalmente al público joven, que es el *core target* de la marca.

El cambio de imagen aplica a todas las áreas y soportes de la marca, conservando la esencia de la marca en un formato moderno y renovado.

Las tiendas cambiarán la decoración y el ambiente para la incorporación de la nueva imagen utilizando los códigos visuales. En 2018 se logró incorporar la nueva decoración en un primer restaurante, que abrió sus puertas en el mes de julio, el cual observó un impacto positivo en ventas con crecimientos de doble dígito.

### Nuevos productos

Continuamos con la promoción de las nuevas hamburguesas, cuyo valor diferencial se basa en métodos de elaboración que aportan mayor aspiracionalidad a los productos con procesos de ahumado o ingredientes de valor dentro de la mezcla:

- **Smoked Burger:** Sabores ahumados
- **Truffled Burger:** Carne de vacuno mezclada con aceite de trufa y *boletus* salteados y otros elementos relacionados

La campaña de promoción se realizó en TV y digital con el mensaje "Las Bacon & Cheese Fries de Foster's Hollywood son inimitables".

### Desarrollo pedidos Alexa skill

La incorporación de nuestra plataforma al sistema Alexa tiene como objetivo incrementar la notoriedad e innovación en la marca en el sector de *casual dining*.



## CAÑAS Y TAPAS

Esta marca se reposiciona en el mercado con estrategias que invitan a los consumidores a vivir la experiencia del tapeo con los valores de siempre.

Se llevaron a cabo ajustes en la decoración dando personalidad y carácter español a la marca.

En relación a productos, nuestro tradicional platillo de huevos rotos hoy cuenta con la posibilidad de personalización con recetas típicas de regiones españolas.

Realizamos publicidad con noticias sobre aperturas y eventos *ad hoc* en restaurantes, generando notoriedad en la marca y motivos de comunicación.

Asimismo, reforzamos el valor de la marca con iniciativas de responsabilidad social, como Acción Tapa Solidaria, que involucra tanto a nuestros colaboradores en la creación de la tapa, como a nuestros invitados que con su consumo ayudan a aldeas infantiles.



## DOMINO'S

El gran lanzamiento del año fue *American Legends*, una línea de pizzas con 3 especialidades de abundancia de proteínas y queso cheddar en el borde, este lanzamiento estuvo apoyado por una campaña de medios 360°.

## BURGER KING

Esta marca llevó a cabo la introducción de kioscos de pedidos en 34 restaurantes con lo cual, se incrementaron las ventas en mostrador un 5%.



**34**  
unidades  
cuentan  
con kioscos



## CHILE

### STARBUCKS

#### Nuevos productos

- **Cookies & Cream Frappuccino:** volvimos a traer para nuestros clientes el exitoso Cookies & Cream Frappuccino, pero esta vez con un nuevo ingrediente que consistía en galleta molida sobre la bebida.
- **Bebidas:** lanzamos S'more Frappuccino, Butterscotch y Cáscara Latte, tres innovadoras bebidas acompañadas de un *storytelling* para enamorar a nuestros clientes.
- **Spark:** desarrollamos tres bebidas que lograron atraer la atención de nuestros consumidores más jóvenes a través de una propuesta muy atractiva en cuanto a dulzura y apariencia: Mermaid, Galaxy y Zombie.

### P.F. CHANG'S

En 2018 llevamos a cabo distintos programas que contribuyeron en la mejora del menú y la promoción de la marca en Chile, con el relanzamiento de la carta de sushi. Los productos se adecuaron al paladar local, consiguiendo el posicionamiento de la categoría e incremento de su participación.

Asimismo, implementamos una campaña de comunicación masiva que nos permitió alcanzar ventas hasta por 2 dígitos, incrementó el consumo de sushi y confirmó la preferencia de productos como: ceviche roll, guacamole y white maki.

## COLOMBIA

### ARCHIES

Implementamos el programa "Pizza Tour, prueba, vota y gana" para el lanzamiento de 4 nuevos sabores: Dolci Prosciutto, Funghi Toscana, Mexicana y Mozzarella Prosciutto. Asimismo, trabajamos en mejorar la receta de dos productos del menú actual.





# INNOVAMOS PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA DE NUESTROS CLIENTES

