



Royal Swinkels
family brewers

**Royal Swinkels Family Brewers: De
la intuición a la acción, a través de la
recopilación de datos**



“Estamos haciendo del first-party data nuestra principal prioridad para conocer y dirigirnos mejor a nuestros usuarios. Y la gamificación desempeña sin duda un papel importante en ello”.



Koen Baltussen

Responsable de CRM y web
@ Royal Swinkels Family Brewers

Royal Swinkels Family Brewers: De la intuición a la acción, a través de la recopilación de datos

“Los consumidores de hoy exigen personalización, pero no a costa de su privacidad”. (fuente : **CMSWIRE**) Esta es probablemente la frase que mejor describe la situación a la que se enfrentan los profesionales del marketing hoy en día.

La personalización no es sólo una necesidad o una ventaja competitiva. La personalización es algo que la audiencia espera en cada interacción que tiene con tu marca. Quieren sentirse únicos, escuchados y comprendidos, pero también les preocupa la privacidad de sus datos. Quieren saber qué les aporta, **qué obtendrán a cambio de sus datos** y cómo los utilizarán las marcas.

Ahora, **con la desaparición de las cookies de terceros**, los profesionales del marketing buscan el equilibrio adecuado entre la segmentación y métodos de recopilación que cumplan con la privacidad de los datos. Para Koen Baltussen, responsable de CRM y web en Royal Swinkels Family Brewers, la solución es obvia: el first-party data es el único camino a seguir.

Royal Swinkels Family Brewers es una cervecera familiar independiente más importante de Europa. Con más de 300 cervezas diferentes (Bavaria, 8.6, La Trappe, Palm, Rodenbach, etc.) y ocho fábricas, es una de las empresas familiares más antiguas de los Países Bajos. Empezaron a utilizar **Qualifio Engage** con dos objetivos:



Recopilar datos para conocer mejor a sus consumidores potenciales y aumentar su base de clientes



Interactuar e involucrar a su comunidad regularmente a través de campañas y juegos interactivos

“Hoy en día, el 75% de nuestros datos recopilados proceden de Qualifio”.

Koen Baltussen - Responsable de CRM y web @ Royal Swinkels Family Brewers

En este caso de éxito, te contamos más sobre cómo una marca tan importante como Royal Swinkels Family Brewers ha adaptado su estrategia de marketing digital para cumplir sus objetivos y responder a las expectativas de su audiencia.

De la intuición a los datos

En Royal Swinkels Family Brewers, seis marcas utilizan Qualifio Engage para realizar campañas interactivas utilizando un mismo método de recolección de datos entre ocho países diferentes.



Cada marca tiene acceso a plantillas de campaña y **formularios maestros** para garantizar que los métodos de recolección de datos se utilizan de la misma manera entre los distintos equipos. De este modo, y en 6 meses, las marcas de Royal Swinkels Family Brewer han conseguido **un opt-in rate medio del 45% por campaña**.

Y ese no es el único hito de estas marcas. Así, el grupo ha conseguido **alcanzar el 110% de su objetivo de crecimiento de la base de datos en esos 6 meses**. Ahondemos en las principales campañas de Royal Swinkels Family Brewers que le han permitido alcanzar sus objetivos.



EL JUEGO DEL "URBAN ART"

La marca 8.6 decidió lanzar cervezas de edición limitada en colaboración con artistas callejeros. Para esta acción colocaron códigos QR en sus latas de cerveza y retaron al público con un divertido juego; Una vez conectados, los jugadores tenían que encontrar la cerveza de edición limitada escondida en la imagen lo más rápido posible. ¿El premio para el ganador? Una obra de arte única creada por artistas callejeros. Esta campaña se lanzó en Francia, Países Bajos y La Reunión.

Los objetivos



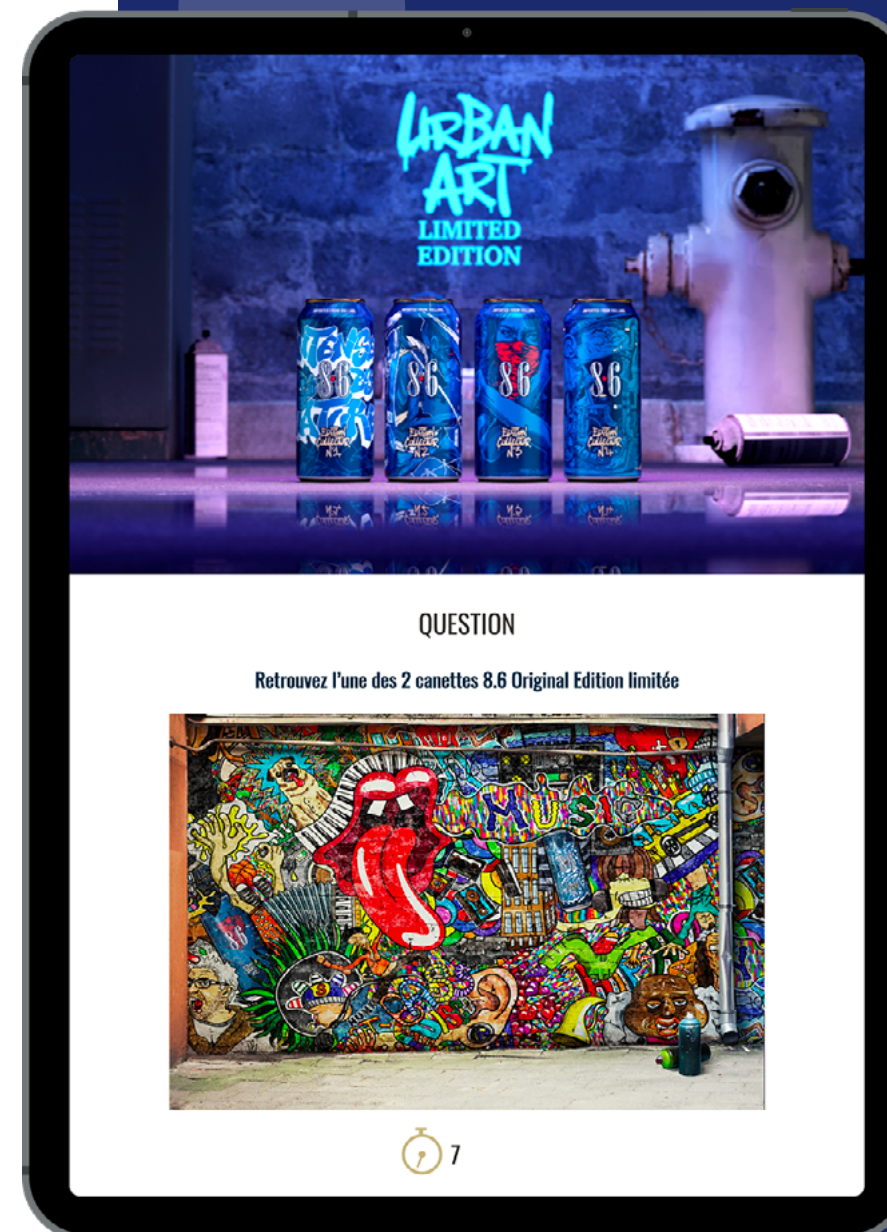
Ofrecer una experiencia multicanal, conectando al cliente de manera física y digital



Atraer a usuarios ofreciéndoles un premio único



Recopilación de datos



Los resultados

59%

de tasa de finalización

37%

de Opt-in en Newsletter

72%

de participación



LAS CAMPAÑAS DE CARNAVAL

El Carnaval es una fiesta extremadamente popular en los Países Bajos. Sin embargo, con los tiempos inciertos que vivimos durante la pandemia y sin saber si el Carnaval tendría lugar, Bavaria decidió asegurar a sus participantes que podrían celebrar el Carnaval incluso si el evento se cancelaba.

A través de un sencillo formulario, los que participarán podían inscribirse en el "Seguro de Carnaval de Bavaria", lo que significaba que si el Carnaval no podía celebrarse, serían invitados al Carnaval organizado por Bavaria. Al final, el Carnaval no se canceló, pero esta acción dio gran visibilidad a la marca. Además, unida a esta campaña Bavaria también lanzó la iniciativa "Qué tipo de fiestero eres?" basada en un test de personalidad.

Los objetivos

Atraer la atención de los consumidores en su ciudad natal



Ser la voz portadora de las últimas novedades del Carnaval

Recopilación de datos



Interacción con los participantes



Los resultados

53%

de opt-in en la Newsletter

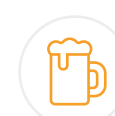


LAS CAMPAÑAS CON VAN DER VALK

Bavaria mantiene una colaboración con los hoteles Van der Valk. Desde que utilizan **Qualifio Engage**, han lanzado dos campañas con Van der Valk regalando **noches de hotel únicas**.

- La primera se promocionó en las redes sociales y en ella se sorteaba una noche en la fábrica de Bavaria. Para participar, los usuarios sólo tenían que rellenar un formulario con sus datos de contacto.
- Para participar en la segunda, los jugadores tenían que comprar cervezas 0,0% y participar escaneando el código QR de los envases de 0,0%. ¿El premio? Una estancia en uno de los 50 hoteles Van der Valk.

Los objetivos



Promocionar su cerveza 0,0% y activación de ventas



Recopilación de datos

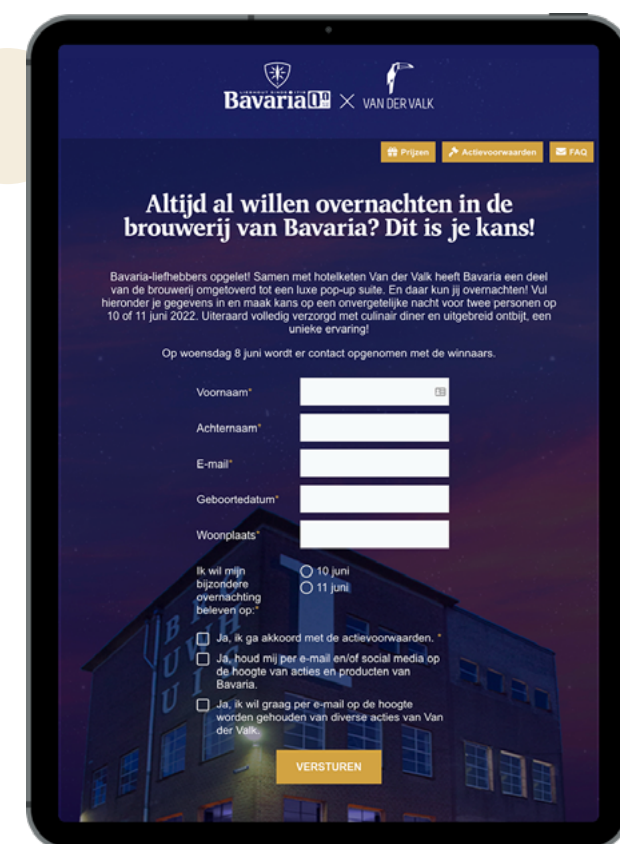
Los resultados

39%

de opt-in en la Newsletter de Bavaria

39%

de opt-in en la Newsletter de Van der Valk





Como habrás notado, todas estas campañas interactivas tienen un objetivo común: la recopilación de datos para definir y segmentación de los perfiles de los participantes actuales. Gracias a estas activaciones, Royal Swinkels Family Brewers puede recopilar más datos demográficos además del nombre y la dirección de correo electrónico de los que han interactuado con la marca.

“No hay que subestimar el papel de la gamificación. Interactuar regularmente con nuestros consumidores nos ha permitido conocerlos mejor, hacer crecer nuestra base de datos y llegar a nuevos consumidores. Hoy en día, el 75% de nuestros datos recogidos proceden de Qualifio”.



Koen Baltussen

Responsable de CRM y web
@ Royal Swinkels Family Brewers

De los datos a la acción



Pero la estrategia del grupo no se queda en el engagement y la recopilación de datos, sino que van un paso más allá. Todo el first-party data recogido a través de las campañas interactivas de marketing de Royal Swinkels Family se envían al CRM central. A continuación, los datos se reparten entre las distintas marcas y países mediante informes automatizados, lo que les permite ejecutar acciones específicas y personalizadas, especialmente centradas en:



CAMPAÑAS DE EMAIL MARKETING

En Royal Swinkels Family utilizan los datos consentidos por los participantes para enviar una comunicación consistente y personalizada a través del correo electrónico, alcanzando generalmente una tasa de apertura del correo electrónico superior al 30%.



CAMPAÑAS EN SOCIAL MEDIA

Para dirigirse a potenciales clientes similares a su público principal, el grupo se centra especialmente en segmentos “look a like” en las distintas redes sociales. Segmentos que son enriquecidos a partir de los datos recopilados anteriormente. Al mismo tiempo, este first-party data también se utiliza para lanzar campañas directamente a este público.

El objetivo final de Royal Swinkels Family Brewers es crear un customer journey personalizado basado en datos personales y de comportamiento. Para alcanzar esta meta, han establecido objetivos claros para el año que viene, objetivos en los que Qualifio desempeñará un papel importante, según Koen Baltussen. Los objetivos que se marcan desde la cervecera son:

- 1 Aumentar la base de datos con un 44% de nuevos perfiles de usuarios
- 2 Enriquecer el 75% de sus perfiles actuales
- 3 Alcanzar una tasa de suscripción a la newsletter de más del 50% por campaña



“En Royal Swinkels Family, nuestro objetivo es crear el mejor customer journey posible. Por desgracia, no disponemos de recursos infinitos, por lo que nuestro marketing digital debe ser eficiente y eficaz. En el último año, hemos creado una infraestructura de plataformas y sistemas que nos permitirán trabajar de forma más inteligente, cumplir nuestros objetivos y obtener un retorno de la inversión. Qualifio es una parte clave en esta infraestructura”.



Koen Baltussen

Responsable de CRM y web
@ Royal Swinkels Family Brewers

Esperamos que hayas disfrutado del caso de Swinkels Family Brewers. Esta cerveza utiliza el método de recopilación de first-party data con un objetivo claro: conocer mejor a su audiencia de una manera que cumpla con las normas, para poder ofrecer una experiencia de cliente personalizada. Si quieres leer más casos de éxito de marcas del sector de gran consumo, como Nestlé, L'Oréal, Purina o Dr. Oetker, **tenemos todo lo que buscas.**



Nestlé invierte en Experiencia del Consumidor con Qualifio

[Lee ahora](#)



Cómo Dogofriends promocionó el nuevo producto de Nestlé y lo dio a conocer con Qualifio

[Lee ahora](#)



Un programa europeo de captación de datos desplegado en el 70% de las marcas de L'Oréal

[Lee ahora](#)



¿Qué es Qualifio?

Qualifio busca ayudar a marcas y medios de comunicación generar engagement con su comunidad online y fidelizar a sus clientes. Ofrecemos a las marcas dos soluciones SaaS complementarias y fáciles de usar: Qualifio Engage, una plataforma de recopilación de datos y marketing interactivo, y Qualifio Loyalty, una plataforma de fidelización basada en la interacción. Marcas y medios de comunicación como Unilever, MediaMarkt, Decathlon, Nestlé, Vocento, Unidad Editorial, L'Oréal o DailyMail interactúan con sus audiencias a diario, gracias a Qualifio.

vocento



MediaMarkt

Daily Mail

L'ORÉAL

DECATHLON



Unidad Editorial

¿Te interesa saber más?

Solicita una demo con ejemplos de campañas personalizadas para tu marca.

¿Necesitas más información?

Solicita una demo

Lea nuestras otras casos de éxito

www.qualifio.com