

¡Hola amigos!



III JORNADA DE MARKETING

“Marketing desafiando al futuro”

20 de septiembre de 2016

Casos exitosos - Simones: el valor de la identidad
“Dar vida a la marca”

Por sus creadores, Laura LICHTMAIER y Diego SIEKIERA



HISTORIA

Nuestra experiencia en el rubro textil y la pasión por la moda y el diseño nos llevó a producir fundas porta gadgets. Con el tiempo comenzamos a incorporar bolsos que se destacaban por sus materiales y estampas coloridas.

CREADORES

Laura y Diego, dos perfiles distintos que cambiaron sus rumbos para crecer.

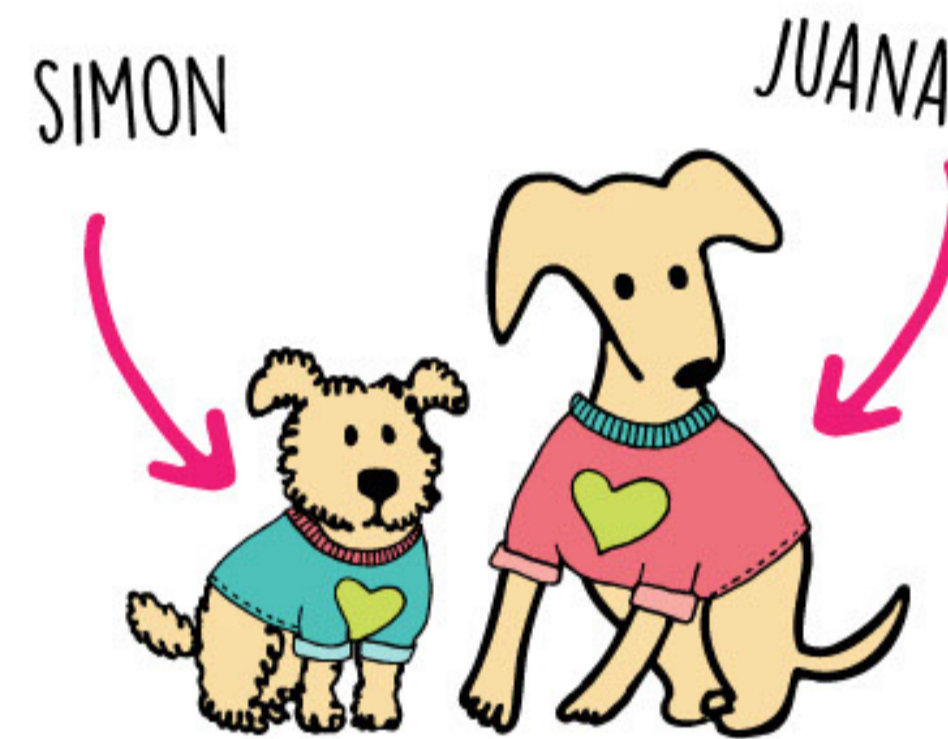
Laura: Experiencia como actuaria, perfil técnico, ciencias económicas. Amor por los animales.

Diego: Experiencia en el rubro textil, conocimiento en producto terminado y estampería.

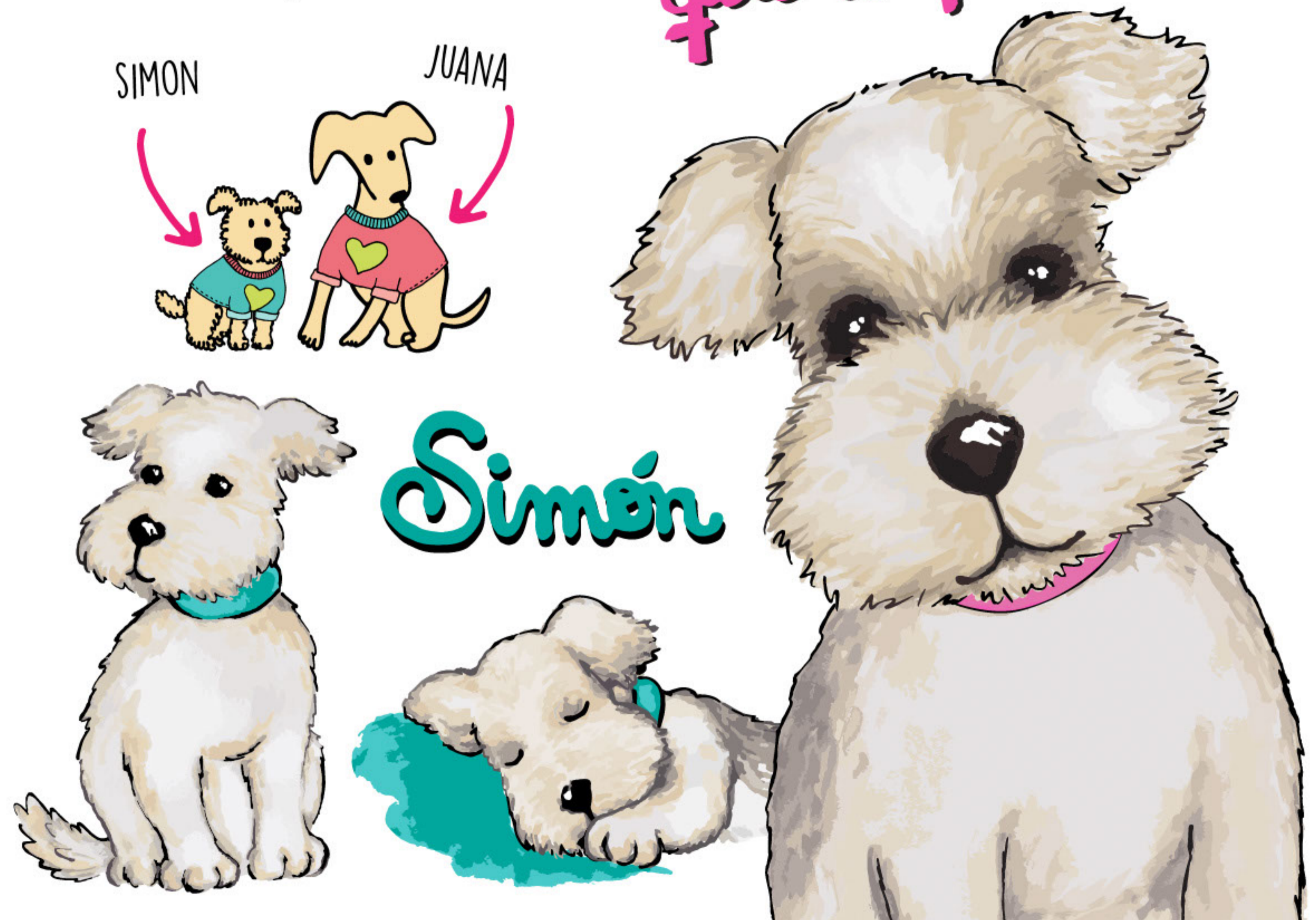
Simones es fruto de esta sinergia y de la pasión por la moda y el diseño... combinación perfecta para alcanzar el éxito.

INSPIRACIÓN

El amor por nuestros perros, un Fox Terrier y una mestiza.



*Hay amores
que inspiran*




EL INICIO

Un emprendimiento de fundas porta gadgets, sin locales y con presencia en ferias. Sin identidad propia.

EL RESULTADO

Una marca con un producto diferenciado, usando los accesorios como el vehículo para contar la historia de los personajes. Poniendo el foco tanto en las ilustraciones como en los materiales y avíos, que se desarrollan especialmente para la marca.



- ✓ Productos de industria nacional
- ✓ PyME de 70 empleados
- ✓ Marca País 
- ✓ 9 locales propios: Alto Palermo, Unicenter, Paseo Alcorta, Galerías Pacífico, Abasto, Solar de la Abadía, Palermo Soho, Villa Crespo
- ✓ Presencia en Duty Free
- ✓ Siete licencias
- ✓ Ocho franquicias
- ✓ Tienda online
- ✓ Tienda oficial en Mercado Libre
- ✓ Premio Sud Licensing a Mejor Licencia No Infantil 2015

NUESTRO VALOR DIFERENCIAL

IDENTIDAD

Ilustración 

Se crean personajes y un universo en torno a ellos en cada colección. Son plasmados en los accesorios de moda de la vida cotidiana.

Amor a los animales

Son la musa inspiradora de la marca.

PRODUCCIÓN

Trabajamos con mano de obra especializada y artesanal, valorando la calidad del producto a la hora de elegir a nuestros proveedores.

Color y textura 

Son los dos puntos fuertes que se destacan en los productos.



EL MUNDO SIMONES

La clave

Productos como excusa
para contar la historia
de los personajes.





SARA

COSME

SOFÍA

RODOLFO

PIERRE

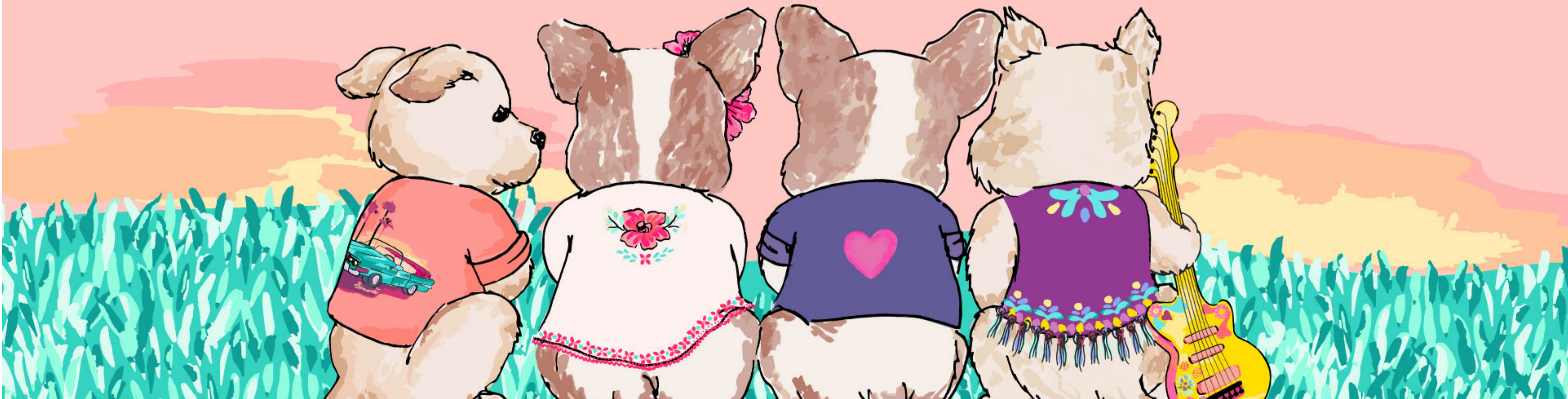
BENJAMÍN



VALORES Y PREMISAS

- ♥ Generar conciencia sobre el cuidado de los animales.
- ♥ Promover la adopción responsable, la amistad y solidaridad.
- ♥ Crear una marca fuerte y comprometida.
- ♥ Evolución y diseño innovador.
- ♥ Producción basada en la ilustración.
- ♥ Armado y desarrollo de líneas.

“Uno debe creer fuertemente en algo para que otros lo crean”... Y esa fue la base de nuestro negocio.



SIEMPRE HAY OBSTÁCULOS QUE SALTAR...

AMENAZA

Boom de personajes/estampas + innovación de materiales  Copia masiva y de mala calidad.

OPORTUNIDAD

Seguir construyendo marca.

“El bolso del perrito”  “Bolso Simones”

**“No nos quitaron el negocio,
e incluso nos favorecieron
porque nos dieron más valor”**

NUESTRO PRINCIPAL ACTIVO: LA MARCA

“Si tenés un buen producto con calidad y diferencial, hay que animarse”

Pero también construir buscando alcanzar metas...

- ♥ Desarrollar un negocio sostenible, de identidad fuerte y valores trascendentales.
- ♥ Valorar la producción y el diseño: con un equipo sólido de trabajo, innovador.
- ♥ Desarrollo de líneas y submarcas.
- ♥ Apertura de puntos de venta en ubicaciones estratégicas, alianzas y acciones co-branding, licencias.



INVERSIÓN EN LOCALES, LICENCIAS Y FRANQUICIAS

EVOLUCIÓN



LOCALES

Simones cuenta con diez locales propios en los principales centros comerciales de Buenos Aires.



EL SOLAR

A B A S T O
shopping



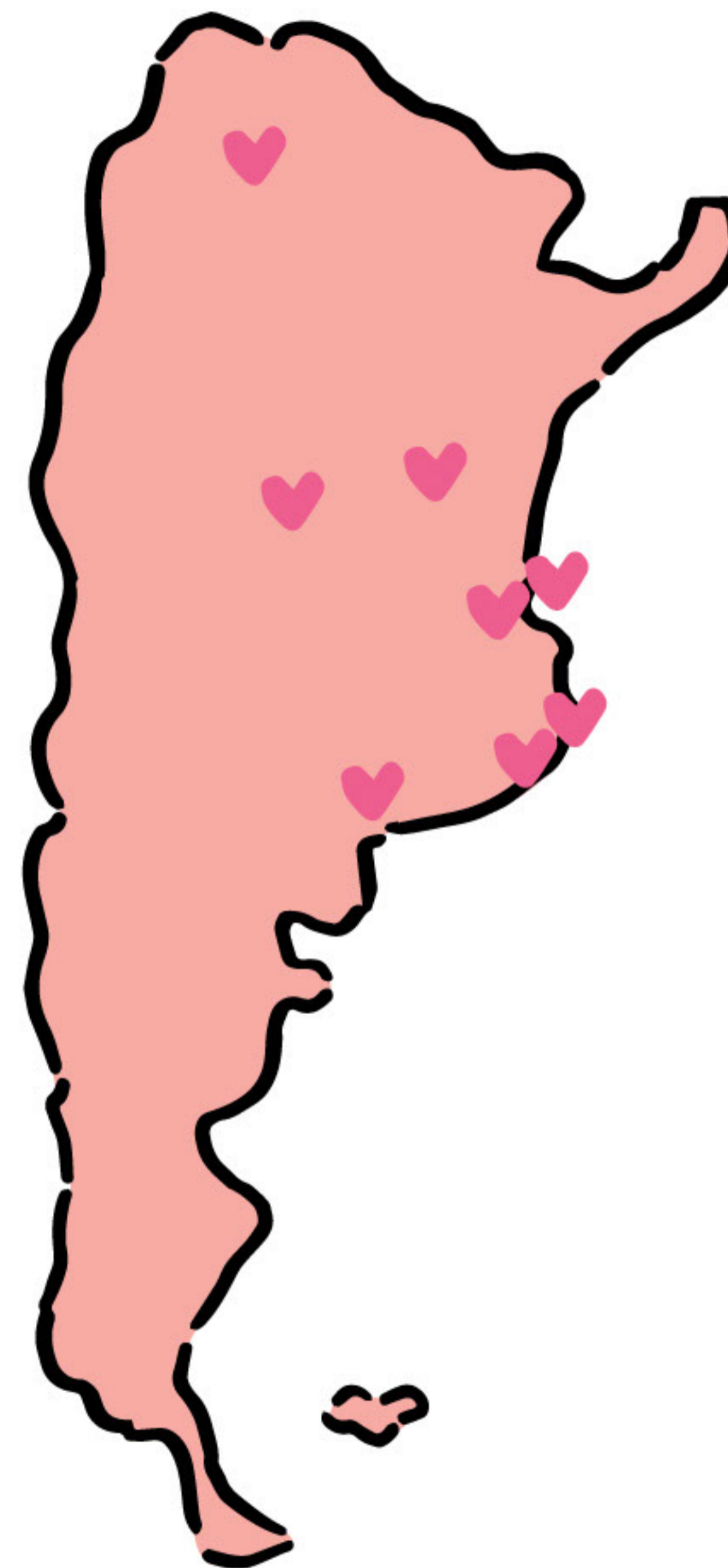
GALERIAS PACÍFICO

PALERMO SOHO

ABASTO

FRANQUICIAS

Se abrieron franquicias en distintos centros comerciales en el interior del país: Plaza Oeste, Nordelta, Bahía Blanca, Cariló, Pinamar, Rosario, Córdoba y Salta.



LÍNEAS









Simones™
Classic





CAMPAÑAS



VIVIR LA EXPERIENCIA SIMONES:
NUESTROS CLIENTES Y FANS
PROTAGONISTAS



ACCIONES BRANDING

Pintando con SIMONES MINI

Todos los meses se realiza una acción artística en el shopping Paseo Alcorta.



Alcorta Designers Edition

Evento realizado en el Shopping Alcorta en Agosto de este año, dónde presentamos a nuestra musa: Juana.



ACCIONES SOLIDARIARIAS

Junto a Proyecto Cuatro Patas

Se realizan campañas de castración junto a esta ONG.
Se lanzó una línea a beneficio para recaudar fondos.



CO BRANDING

Campañas de salud

Alianza con el Centro de Diagnóstico Dr. Enrique Rossi para el cuidado de los niños.



CENTRO DE DIAGNOSTICO
DR. ENRIQUE ROSSI



LICENCIAS

HARD AND SOFT LINE

Dentro de las licencias se encuentra una línea de productos escolares, blanquería, valijas y pen drives (Verbatim).



PUBLISHING

Se publicó un álbum de figuritas (Sticker Design), libros para colorear (Atlántida) y artículos de librería (Mooving)



Conectar con nuestro público: un trabajo día a día.

NUESTROS PROPIOS CANALES DE PROMOCIÓN



WEB

- ♥ División clara de líneas de productos.
- ♥ Lookbook disponible con ideas para los outfits diarios.
- ♥ Información general: locales, números de teléfono, mail de contacto para franquicias y/o mayoristas.
- ♥ Link directo para comprar en la tienda on line.
- ♥ Redirección hacia las redes sociales



REDES SOCIALES



168k fans.

1045 visitas al día.

Actualización diaria con contenidos exclusivos.
Respuesta inmediata.
Cobertura de eventos.



32,1k impresiones de tweets.

Se enfoca en la prensa y en los influencers de moda.



61,8k seguidores.

Destaca imágenes de lifestyle del usuario, imágenes de los productos y de las campañas.



Tienda online.

Envíos a todo el país.



PRENSA

La marca sale publicada en los principales medios (impresos y on-line) del país con sus productos pero también con entrevistas a los dueños.



IDA & VUELTA

1. ¿CUAL ES LA MARCA MAS DIVERSA DE BOLSOSES? Anya Hedqvist.
2. ¿QUE HAY QUE LLEVAR SIEMPRE EN EL BOLSO? Portafolios, papeles, llaves, billetera, lencería y todo lo necesario según la actividad que realicemos.
3. ¿CUANTOS BOLSOSES TIENEN EN EL VESTIDOR? Simones Fashion. Cuanta más variedad mejor.

El amor por los animales nos inspira

¿Alguna vez fantasiearon con este estilo? No, pero tampoco creemos que haya sido un golpe de suerte sino un aperturamiento a la vida. No tuvimos un modelo, así que siempre hicimos lo que nos parecía que debía ser: aprendimos que si tenés un buen producto con calidad y diferencial, hay que armarlo. ¿Cuántos son los fans de Simones? Nuestros productos pueden ser utilizados por mujeres de distintas edades e intereses: desde el gimnasio, a la escuela, trabajar como si se fuera en los últimos años de la escuela, hacer tareas que vienen a localizarse a última hora de la mañana y también a pedir que quiero festejar su cumpleaños. ¿Que los inspiró? El amor por los animales es lo que nos motivó, un amor que nació con el tiempo. ¿Cómo crean las colecciones? Hacemos un mix, agramos que las colecciones de Simones sean temáticas y sigan los momentos del momento. En cada temporada, se crean e ilustran historias con los personajes y se subliman. La nueva temporada es "Cuentos de invierno", y en ella viven todos nuestros personajes en ciudades como Sofia, Roció y Piro con una nueva propuesta de el 7. ¿Que caracteriza a una mochila todoterreno? Debe estar hecha con un material de calidad, además debe ser espaciosa y contar con múltiples bolsillos. También tiene que ser resistente, duradera, y adaptable para ir tanto al colegio, al trabajo, al club. ¿Que colores como marca usaron cuando ya ven dificultades inspirados en Simones? Nos gusta el color de la naturaleza, un color que inspira en nuestra marca, es nuestra forma de identidad está forjada. ¿Proyectos? A nivel local, Simones buscó fortalecer su presencia en el interior del país con la apertura de nuevos locales. A su vez, apostó al exterior: con propuestas de expansión para ir a la mano leguina México, Uruguay, Paraguay, Chile y España.



LA COLECCION DE LA NUEVA TEMPORADA SE LLAMA "CUENTOS DE INVIERNO".

Info: www.simones.com.ar

San Valentín Día de los Enamorados

Dos historias de parejas que hicieron de su amor un negocio

Están casados o se juntaron para convivir, pero además son socios y hoy festejan. Sus claves para no aburrirse.

Yasmin Diamore Especial para Carín

"Feliz día de San Valentín", se dicen hoy unos a otros. Cada regalo esconde una reconciliación, una confirmación de amor o apenas un gesto sin tanta profundidad. Pero solo una minoría de parejas se felicitarán por, además, ser socias. Ellos, quienes hicieron surgir del amor un negocio, suelen verse más que el resto de las parejas "normales" — así llama Claudio Del Gizzo (53) a las que trabajan por separado. Claudio lleva 11 años de novio, 22 de esposo y 4 de socio con Silvia Bertani. Jura que no se le ocurrió terminar en ese "rubro" ni con esa cotización, porque no estaban dadas las condiciones: era licenciado en sistemas y tenía tres décadas en relación de dependencia. Pero una reestructuración de la empresa decidió por él.

A los meses de quedarse sin trabajo, apostó todos sus ahorros al hobby que venía desarrollando con su esposa. "Yo lo recomendaría en tanto se fíe del carro juntos y en la medida en que uno pueda dedicarse a distintos roles", asegura Claudia. Ella está en el local de venta minorista y él detrás de las mayoristas. Cada rol a la medida de su personalidad: ella ama la atención al público y él se entusiasma con la computadora. "Nos complementamos", coinciden. Cuando Claudio termina de explicar, Silvia dice: "Lino se merece al escucharlo porque pasamos tantas cosas y parecemos dos novios".

Hoy su marca, "Luz de encuentro", se extiende a automatizadores y objetos de decoración para casas y eventos. "Para que funcione tiene que haber un base muy sólida".



Besos en la oficina. "Si no nos hubiésemos conocido, la empresa no existiría", resumen Laura y Diego. vest:...

Estudios en la Ciudad de Buenos Aires La mayoría cree en el amor para toda la vida

Encuesta. Cómo vemos el amor ¿Cree usted que se puede separar el sexo del amor? ¿Cree usted en el amor para toda la vida?

PAREJA CREATIVA

Laura Lichtmaier y Diego Siskiera son, además de marido y mujer, los creadores de la marca de accesorios Simones. El secreto de dos emprendedores que lograron imponer su sello personal en el mercado.



POD HAY FINA / AV

ESENCIALES

Mochila con estampa en colores shocking (P. 1.550 Simones)



EL Si creas un color temporal los

MUY CHIC

DÍAS DE VERANO



EL COLOR DE LA VIDA

Simones, la marca más colorida y divertida para todas las edades, presenta su nueva colección de verano, en la que las gafas y los bolsos de playa son las estrellas de la temporada. Con diseños originales en productos para la vida cotidiana, Simones ofrece bolsos, canchales, neceseres, fundas para notebooks, iPad y celulares, billeteras, billeteras y muchas más opciones para completar los días a puro color. Puntos, estantes, colores y un...

apoyado del Estado el día miércoles 14 de marzo. La tienda en línea de Simones, con la ayuda de los que quieren poder. Aparece en el buscador de Google, pero no se ve en el buscador de Bing.



SIMONES EN NÚMEROS: 7000 PRODUCTOS 4 FRANQUICIAS (BRASIL, CHILE, COLOMBIA, PARAGUAY) 10000 PRODUCTOS 10000 PRODUCTOS 10000 PRODUCTOS 10000 PRODUCTOS 10000 PRODUCTOS 10000 PRODUCTOS 10000 PRODUCTOS 10000 PRODUCTOS 10000 PRODUCTOS 10000 PRODUCTOS

MIMO news

Caminar y reír
Mimo & Co. organiza la 7ma. Caminata solidaria Mimo x el Garrahan. La misma se llevará a cabo el 10 de abril a las 9 de la mañana y partirá de Av. Dorrego, entre Figueroa Alcorta y Del Libertador; en caso de lluvia se pospone para el 17 de abril. Para inscribirse hay que entrar a www.mimo.com.ar



ANIMALES FELICES
Simones siempre sorprende con sus bolsos coloridos y repletos de simpáticas mascotas. Como adelanto de su colección de...

SIMONES. El emprendimiento del matrimonio de Laura Lichtmaier y Diego Siskiera se gestó hace cinco años y rápidamente fue un éxito. Se trata de carteras y accesorios inspirados en su amor por los perros y los animales en general. Trabajan con materiales sintéticos y la técnica de la sublimación que permite resaltar mejor los colores de las tintas. Las telas tienen un exterior estampado, un intermedio que lo da cuerpo y un interior que se maneja mejor por cada temporada. Los que más usan son la garrucha sintética, la sarga de nylon y una lona. Un bolso tote bag de Unicornio está a \$ 95; el llamado bolso Sandy Rodolfo, mediano con correa, sale a \$ 175, y el modelo California Water vale \$ 870.
Datos. Abre de lunes a sábado, de 11 a 20, y domingo, de 14 a 20, en El Salvador 4715, 4833 5425; www.simones.com.ar

"Depende del modelo de cada pareja, de las características personales, pero no hay que tenerle miedo a trabajar en conjunto", apunta Leonardo, director de CAPS Consultores y, hace más de 15 años, especialista en empresas de familia. "La clave está en no forzar las creencias que cada uno tiene respecto de cómo debe ser el negocio". Otro secreto es "aceptar, no tolerar", porque el que acepta "se enriquece de la mirada ajena, mientras que quien tolera hace un esfuerzo para no tirarlo por la ventana". Por mes, Gilán recibe entre 10 y 15 casos de conflictos de pareja en empresas familiares. Fue testigo de parejas que triunfaron y fracasaron en el amor. "Se logra sobre la base del amor y la confianza en la pareja porque se dará por sentado que lo que el otro dice, lo dice para bien", coincide.

Laura y Diego también son ejemplo de "socios en el amor". Y eso es lo que les ha permitido crecer al ritmo del resto de su marca, que empezó con 100 fundas de computadora hace cinco años y hoy tiene 10 locales propios. Laura Lichtmaier tiene 33 años y aunque ejerció un tiempo como actríz, a los 30 se pasó al rubro textil. "La idea de una marca fue de un día para el otro", cuenta Laura, cura pasión — sus perros Simón y Juan — con la cara de la marca.

Desde chico, Diego Siskiera se fascinó con una técnica de estampado textil: la sublimación. "Soy feliz", dice Diego, porque se dedica a su pasión y hace con su mujer. "Es un aprendizaje constante —advierte— porque compartimos muchas horas". "No es fácil —confirma Laura— pero tiene sus bondades".



Entrevista

Si una persona hace algo bien, se le llama Simones. Simones y Siskiera son los dueños de la marca de accesorios Simones. El secreto de dos emprendedores que lograron imponer su sello personal en el mercado.

"Y AHORA, ¿QUÉ HACEMOS?"
Cuenta Laura y Diego, que se casaron en 2014. "Hoy tenemos un negocio que nos gusta mucho y que nos inspira". "Hoy tenemos un negocio que nos gusta mucho y que nos inspira". "Hoy tenemos un negocio que nos gusta mucho y que nos inspira".

ANIMARSE A TRIUNFAR
Simones se convirtió en un negocio de éxito. Laura y Diego son los dueños de la marca de accesorios Simones. El secreto de dos emprendedores que lograron imponer su sello personal en el mercado.

Nuevos aires para el franchising



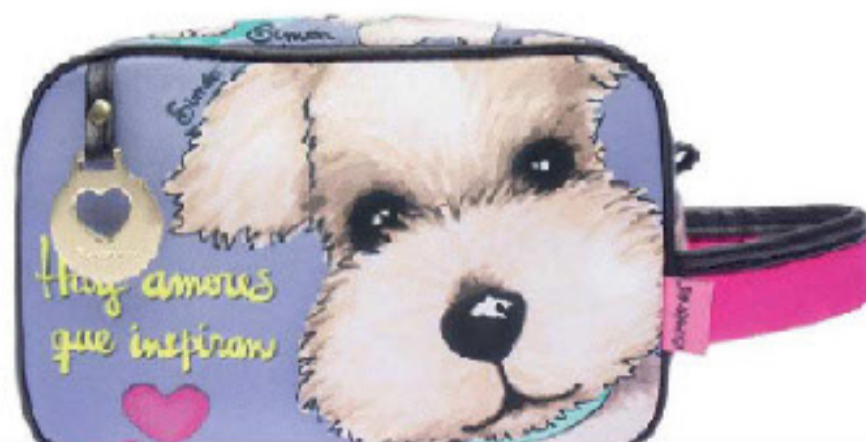
El matrimonio de Laura Lichtmaier y Diego Siettema creó en 2012 Simones, una marca de bolsos, billeteras, mochilas y carteras en las que los protagonistas son Simón y Jazara, los perros del matrimonio. "Nunca imaginamos que el amor por nuestros perros..."

...idad, que no está forzada. Hay marcas con mucho marketing arriba, pero donde el producto por sí solo no dice nada. Nosotros tenemos un producto lindo, novedoso, de buena calidad, que lanzamos sin marketing arriba y los bolsos...

que tengan idea de el negocio. "Estar involucrado de todo", asegura Lichtmaier, el plan de expansión incluye destinos externos, Uruguay o Chile. La inversión aproximada ronda los \$500 mil, considerando el franquiciado respeta la esencia de la marca, puede ser propio proveedor y de la góndola. Según la facturación ronda los \$10 millones, pero en meses a mes y de zona.

SIMONES SOLIDARIO

Con la compra de un botinero y un bolso Big Bag se colabora con "Proyecto 4 Patas", una organización sin fines de lucro.



MUJERES QUE HACEN	2015
1 LAURA LICHTMAIER	2 CAROLINA ZANG

Actuaria de formación, hace unos años decidió crear junto a su marido Simones, empresa de moda y diseño inspirada en sus perros Simón y Jazara.

Managing partner de Zang Bergel & Viñas Abogados, reconoce como un desafío laboral liderar un equipo de profesionales intentando que cada uno dé lo mejor de sí mismo. Entre sus retos para 2016, la abogada destaca: "Entender la Argentina que se viene y estar a la altura para aprovechar las oportunidades". Zang es Member of Laws of B...

8 SIMONES

"El día que nos enteramos que nos estaban copiando la marca fue tremendo, pero decidimos superar la situación con locales exclusivos".



Laura Lichtmaier

Era actuaria y trabajaba en la Superintendencia de Seguros cuando con su marido, Diego, decidieron crear Simones. El emprendimiento, que comenzó vendiendo accesorios en un *showroom*, creó hasta los 10 locales propios y las tres franquicias que posee hoy. El nombre, por su perro, Simón, inspiró también los personajes caninos que ilustran las carteras, mochilas, ojotas y fundas de celulares, entre otros objetos que produce y vende la compañía.

MINI REPO

Laura Lichtmaier
Toko Luján Buzquendi



Identidad canina

CROSSOVER

Con el fin de generar una mayor relación con el empleado que exceda el vínculo laboral, cada vez más compañías otorgan beneficios destinados a fomentar las relaciones afectivas del personal

Las empresas "van a la escuela"



El día que nos enteramos que nos estaban copiando la marca fue tremendo, pero decidimos superar la situación con locales exclusivos. En un momento de la vida, cuando se está pensando en el futuro, es importante tener una visión clara de lo que se quiere hacer. En el caso de Simones, la visión era clara desde el principio: crear una marca de bolsos y accesorios que reflejara el amor por los perros. Este compromiso se mantuvo constante a lo largo del tiempo, incluso cuando surgieron desafíos como la copia de la marca por parte de otros actores del mercado. La respuesta fue clara: seguir adelante con la misma pasión y calidad, diferenciándose por la atención al cliente y la variedad de productos. Hoy, Simones cuenta con 10 locales propios y tres franquicias, demostrando el éxito de su modelo de negocio. Este crecimiento se debe, en gran medida, a la capacidad de adaptación y a la constante innovación en los productos y servicios. La marca se ha convertido en un símbolo de calidad y estilo, reconocido tanto por el público objetivo como por los expertos del sector. El futuro de Simones parece prometedor, con planes de expansión y nuevos proyectos en marcha. La pasión por los perros sigue siendo el motor principal de la empresa, guiando cada decisión y acción.

El día que nos enteramos que nos estaban copiando la marca fue tremendo, pero decidimos superar la situación con locales exclusivos.

El día que nos enteramos que nos estaban copiando la marca fue tremendo, pero decidimos superar la situación con locales exclusivos. En un momento de la vida, cuando se está pensando en el futuro, es importante tener una visión clara de lo que se quiere hacer. En el caso de Simones, la visión era clara desde el principio: crear una marca de bolsos y accesorios que reflejara el amor por los perros. Este compromiso se mantuvo constante a lo largo del tiempo, incluso cuando surgieron desafíos como la copia de la marca por parte de otros actores del mercado. La respuesta fue clara: seguir adelante con la misma pasión y calidad, diferenciándose por la atención al cliente y la variedad de productos. Hoy, Simones cuenta con 10 locales propios y tres franquicias, demostrando el éxito de su modelo de negocio. Este crecimiento se debe, en gran medida, a la capacidad de adaptación y a la constante innovación en los productos y servicios. La marca se ha convertido en un símbolo de calidad y estilo, reconocido tanto por el público objetivo como por los expertos del sector. El futuro de Simones parece prometedor, con planes de expansión y nuevos proyectos en marcha. La pasión por los perros sigue siendo el motor principal de la empresa, guiando cada decisión y acción.

DESAFIAR AL FUTURO...

“Hoy soñamos con ver a los personajes de Simones en cualquier producto”

**“Nuestra inspiración es el amor por los animales,
un amor que nunca pasa de moda”**



¡MUCHAS
GRACIAS!

