



NOTA DE PRENSA

Dunkin' Coffee elige a Kanlli para rediseñar su web y desarrollar su web móvil

La agencia ha creado una *mobile web* específica donde prima la geolocalización

10 de septiembre de 2013-. Kanlli ha concluido las labores de rediseño web y desarrollo de la versión móvil de la web que le habían sido encomendadas por la multinacional Dunkin' Coffee con el objetivo de mejorar la navegabilidad, usabilidad y diseño de su web, así como facilitar el acceso a los clientes a través su versión en *mobile* e informarles de la proximidad de los establecimientos de la cadena.

Del análisis realizado por la agencia acerca del comportamiento del consumidor se desprende que éste se relacionaba de forma muy distinta con la marca dependiendo de su ubicación y del momento de compra en que se encontrase. Por ello, Kanlli no ha creado la web móvil atendiendo a los criterios de diseño web adaptativo o *responsive*, ya que cada versión –PC y *mobile*– perseguía un objetivo distinto y por lo tanto necesitaba funcionalidades diferentes. En este sentido, la meta que persigue la web móvil de Dunkin' Coffee es facilitar al usuario la localización de establecimientos próximos a su ubicación, para lo cual se ha incluido un buscador que, valiéndose de la geolocalización, muestra al usuario el Dunkin' Coffee más cercano a su posición y abre puertas a futuras interacciones con la marca.

Gonzalo Ibañez, CEO de Kanlli, asegura que no siempre el *responsive* o diseño autoajustable a la pantalla es la mejor solución para las empresas: "En este caso estaba muy claro que el peso de la web en versión móvil debía recaer sobre la geolocalización de los usuarios, pensada para que los clientes puedan relacionarse con la marca en el punto de venta en futuras acciones promocionales. Esta prioridad, lógicamente, no existe en la versión web, donde hemos dado un mayor peso a la información sobre el producto, haciéndolo más visible y atractivo".

Al no tratarse de una web móvil de diseño adaptativo, sino que se ha diseñado específicamente para dispositivos móviles, se ha incluido únicamente la información más relevante para los usuarios atendiendo al uso que se hace de Internet en el móvil, como las promociones, los diferentes productos de la cadena, y un acceso para suscribirse al Dunkin' Club.

El Director de Marketing y Comunicación de Dunkin' Coffee, Jesús Muñoz, asegura que esta versión móvil era ya muy necesaria, pues, según afirma, "hoy en día es imprescindible entender que el consumidor está interconectado, y que puede acceder desde cualquier tipo de dispositivo y desde cualquier lugar a nuestros contenidos. Y va a esperar el mismo nivel de claridad y de calidad de contenidos en el móvil que en el portátil o el ordenador de sobremesa".

En cuanto al rediseño web, que también ha sido desarrollado por Kanlli, se ha mejorado el aspecto de la web, haciéndola más visual y usable. Para su diseño se ha seguido el modelo internacional de Dunkin' Donuts, en coherencia con la marca.

El nuevo diseño de la web de Dunkin' Coffee da mucho peso a la imagen inicial, integra las redes sociales de la marca, otorga un mayor protagonismo a los



productos incluyendo numerosas imágenes de los mismos y confiere más relevancia al buscador de tiendas mediante la introducción de un código postal.

Jesús Muñoz opina que "La nueva página web nos permite ofrecer una navegación muchísimo más clara y, por tanto, no sólo una mejor experiencia de usuario sino una mejor comunicación y transmisión de nuestros contenidos".

Con este amplio trabajo de revisión y diseño de la web corporativa, Kanlli suma una nueva colaboración con la multinacional americana, para quien gestiona las redes sociales desde hace poco más de un año. Es en este ámbito en el que el equipo de Social Media desempeña labores como la edición del blog Coffee Break, creado por Kanlli, o la gestión de la página de Facebook de Dunkin' Coffee, que apenas contaba hace un año con un puñado de fans y a día de hoy ya cuenta con más de 10 millones de seguidores de todo el mundo.

ACERCA DE KANLLI

Kanlli es una agencia de marketing con corazón digital. Hoy día sólo hay una cosa permanente: el cambio. Y el cambio es la norma fija en el mundo de la comunicación y el marketing. Kanlli es la agencia de marketing que ayuda a las marcas a triunfar en un mundo en constante cambio. Entre sus clientes se encuentran prestigiosas marcas como Asisa, OK Money, Dunkin' Coffee, Perspirex, pepepar.com, moviles.com o Prosegur.

ACERCA DE DUNKIN' COFFEE

Dunkin' Coffee es la marca española de la norteamericana Dunkin' Brands, propietaria de Dunkin' Donuts y Baskin Robbins, se encuentra actualmente en fase de expansión sumando ya 36 establecimientos en España, repartidos entre Barcelona, Tarragona, Madrid, Málaga y Sevilla.

La filosofía de Dunkin' Coffee, es servir productos de muy alta calidad a cualquier hora en un entorno amigable y a un precio asequible, incluyendo su amplia gama cafés propios, bebidas frías, snack salados, helados y por supuesto sus características rosquillas elaboradas de forma diaria.

Siguiendo la estrategia de crecimiento de la matriz Dunkin' Donuts que abrió su primer establecimiento en 1.950, ha sido una de las cadenas con más rápido crecimiento en términos de nuevas aperturas y ya cuenta con más de 10.000 localizaciones en 33 países, Dunkin' Coffee tiene prevista nuevas operaciones en Madrid, Catalunya, Andalucía y Levante hasta finales de 2012. Se encuentra además en fase activa de búsqueda de subfranquiados para estas y otras regiones.

CONTACTO

Elena Lostalé

Departamento de Comunicación

+34 917 259 220 Ext. 125

comunicacion@kanlli.com