





MANO A MANO

CUPONES Y ENCARTES

UNA ESTRATEGIA DIRECTA Y EFECTIVA PARA TU
MARCA O EMPRESA

¿Quiénes somos?

En Mano a Mano somos **especialistas** en
mensajería directa, con **enfoque** en la
distribución física de cupones y promocionales.

Conectamos marcas con consumidores de
manera **tangible, efectiva y segmentada**.

¡Nosotros hacemos que generes ventas!



¿Qué ofrecemos?

Diseñamos, imprimimos y **distribuimos** cupones publicitarios **directamente en hogares y oficinas**. Nos encargamos de todo el proceso, **asegurando máxima visibilidad y efectividad** para tu campaña.



¿Por qué cupones físicos?

+70% de los consumidores **usarían cupones** si los reciben en casa.

Los materiales **físicos** tienen un **90%** más de recordación que los digitales.

85% de las **decisiones de compra** se toman en el hogar.

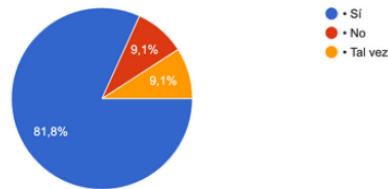
4 de cada 5 personas revisan lo que reciben en su **buzón**.



PREFERENCIA-OPINIÓN

2. Interés en recibir cupones físicos 2.1. ¿Te gustaría recibir cupones de descuento en formato físico en tu hogar u oficina?

55 respuestas



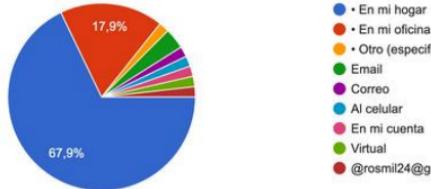
- Sí
- No
- Tal vez

COPIAR AL PORTAPAPELES

Más del 80% está interesado en recibir los cupones

3. Preferencias de entrega 3.1. ¿Dónde preferirías recibir estos cupones?

56 respuestas



- En mi hogar
- En mi oficina
- Otro (especif)
- Email
- Correo
- Al celular
- En mi cuenta
- Virtual
- @rosmil24@g

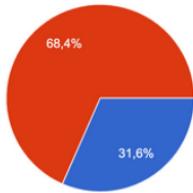
COPIAR AL PORTAPAPELES

El hogar es el lugar de mayor preferencia en más del 65% seguido de la oficina con más del 15%.

PREFERENCIA

4. Comportamiento de uso de cupones 4.1. ¿Has utilizado cupones de descuento en los últimos 6 meses?

57 respuestas

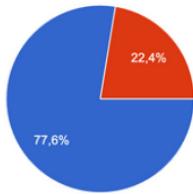


● • S
● • N

Comportamiento de uso de cupones
Aunque existe el interés, vemos una gran oportunidad. Más del 68% porciento no ha utilizado en los últimos 6 meses.

4.4. ¿Consideras que los cupones físicos pueden hacerte más propenso (a) a visitar una tienda o comprar un producto?

58 respuestas



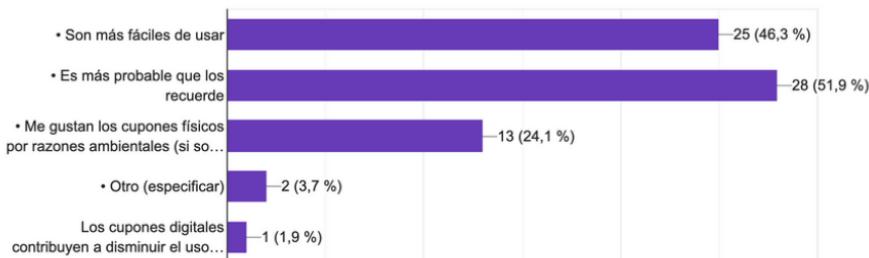
● • S
● • N

Comportamiento de uso de cupones
Casi el 78% de los encuestados visitarían una tienda o adquirirían un producto con cupones físicos.

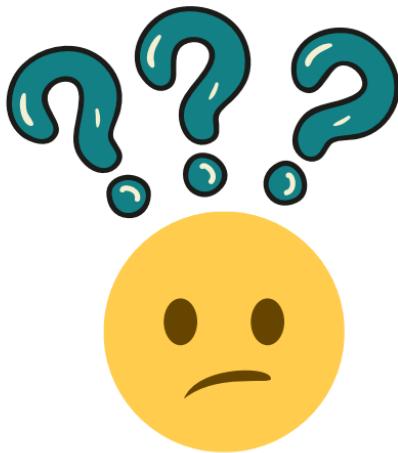
PREFERENCIA

5. Opiniones generales 5.1. ¿Qué beneficios ves en recibir cupones físicos en comparación con cupones digitales? (Marca todas las opciones que apliquen)

54 respuestas



Ser más fáciles de usar y la tendencia a mayor capacidad de recordación suman más del 50% de los beneficios que las personas identifican en los cupones físicos ante los cupones virtuales.



RESPONDIENDO TUS DUDAS

CADA 15 DÍAS

→ Frecuencia de distribución de los cupones y/o publicidad (13 Y 28) o (14 y 29)

SANTO DOMINGO

→ Alcance de entregas en zonas (DN, Norte, Este y Oeste)

CÓMO SE IDENTIFICAN LAS ZONAS

→ Por sector, por target y por colores en el mapa. Al momento de empacar serán señalizados y ubicados para ser entregados en la zona designada

3 DÍAS LABORABLES

→ Tiempo previo para recibir los cupones o encartes

15 DÍAS

→ Tiempo de confirmación para colocación

RESPONDIENDO TUS DUDAS

15 MIL

→ La cantidad mínima que entregamos, desde volantes, hasta catálogos de 8.5 x 11 pulg de hasta 20 páginas

CÓMO SERÁN DISTRIBUIDOS

→ Por medio de promotores guiados por supervisores, quienes se aseguran de la efectividad y calidad en la entrega y motorizados, lo cual, se documenta con fotos y videos cortos.

CON TSHIRT DE MANO A MANO

→ Van identificados los promotores

DE 24 A 72 HORAS LABORALES

→ Tiempo de entrega de los promocionales

¿HASTA CUÁNTAS MARCAS VAN
EN EL EMPAQUE?

→ Hasta 10 marcas. De ser necesario, se agrega un segundo empaque



TIENES LA OPCIÓN DE HACER ACCIONES FUERA DE LA FECHA ESTIPULADA Y DE MANERA PARTICULAR

BENEFICIOS PARA TU MARCA



Presencia
directa en el
hogar del
consumidor



Mayor
recordación y
confianza que
los medios
digitales



Posibilidad de
medición con
códigos
promocionales



Alto retorno de
inversión con
bajo costo por
impacto



Facilitar la
compra por
medio de
cupones,
bajo una
nueva cultura



INSIGTHS CLAVES

- 1 Generan **acción inmediata**
- 2 Motivan a realizar **una compra** no planificada
- 3 Retienen y aumentan la fidelización o lealtad de los actuales
- 4 **Aumentan ventas** en un corto período
- 5 Aumentan el alcance orgánico y generan tráfico adicional sin costo extra; facilitando además la medición por códigos



INSIGTHS CLAVES

6 Permiten medir fácilmente la efectividad del canal y el retorno de inversión (ROI); ayudando en la toma de decisiones basadas en datos, no en suposiciones.

7 Se adaptan a múltiples objetivos de marketing, como :

- Lanzamiento de productos
- Prueba gratuita o demo
- Incremento de tráfico físico o digital (Redireccionando a la acción digital)
- Recuperación de carritos abandonados

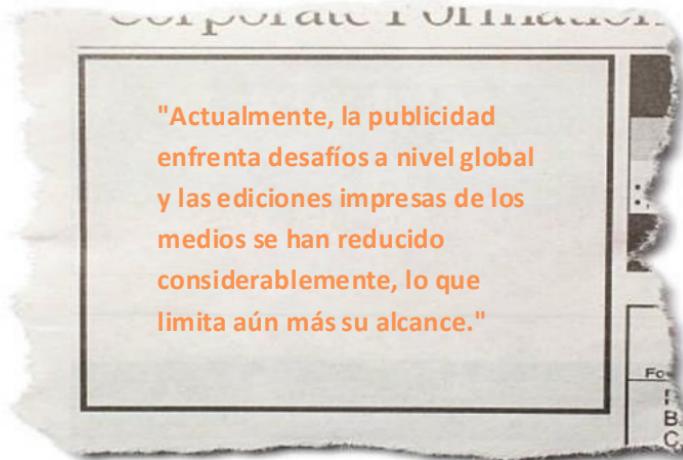
8 Potencian campañas estacionales. *Promociones con cupones en fechas clave (Black Friday, Navidad, Día del Padre o de la Madre, cumpleaños, etc.).* Además sirven para programas de recompensa y reenganche de clients inactivos

9 Herramienta eficaz para campañas dirigidas (segmentación). Se puede personalizar por perfil, ubicación, canal o comportamiento

10 Medición del impacto de la ejecución del departamento de mercadeo, por medio de reporte final detallado con las zonas y hogares impactados.



REALIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS



-FUENTE: [HTTPS://CRONICAGLOBALESPANOL.COM/PENSAMIENTO/PRENSA-PAPEL-CAE-PICADO_314600_102.HTML](https://CRONICAGLOBALESPANOL.COM/PENSAMIENTO/PRENSA-PAPEL-CAE-PICADO_314600_102.HTML)

-FUENTE: [HTTPS://LISTINDIARIO.COM/LA-REPUBLICA/2021/02/25/658655/LA-PANDEMIA-UN-TERREMOTO-PARA-LOS-MEDIOS-DE-COMUNICACION](https://LISTINDIARIO.COM/LA-REPUBLICA/2021/02/25/658655/LA-PANDEMIA-UN-TERREMOTO-PARA-LOS-MEDIOS-DE-COMUNICACION)

NUESTRAS ACCIONES Y EXPERIENCIA



- 1 IKEA: entrega de catálogos (publicidad) para esta multinacional, desde el año 2012. Distribución en Santo Domingo: DN, Este, Norte y Oeste; además de las regiones Este, Norte y Sur del país
- 2 KFC y Fridays
- 3 Krispy Kreme
- 4 Papa Jhons
- 5 Carrefour
- 6 Little Caesars
- 7 SúperMix
- 8 Doña Patria
- 9 Grupo Ramos

GALERÍA: NUESTRAS ACCIONES Y EXPERIENCIA





ZONAS A IMPACTAR SANTO DOMINGO Y SUS MUNICIPIOS

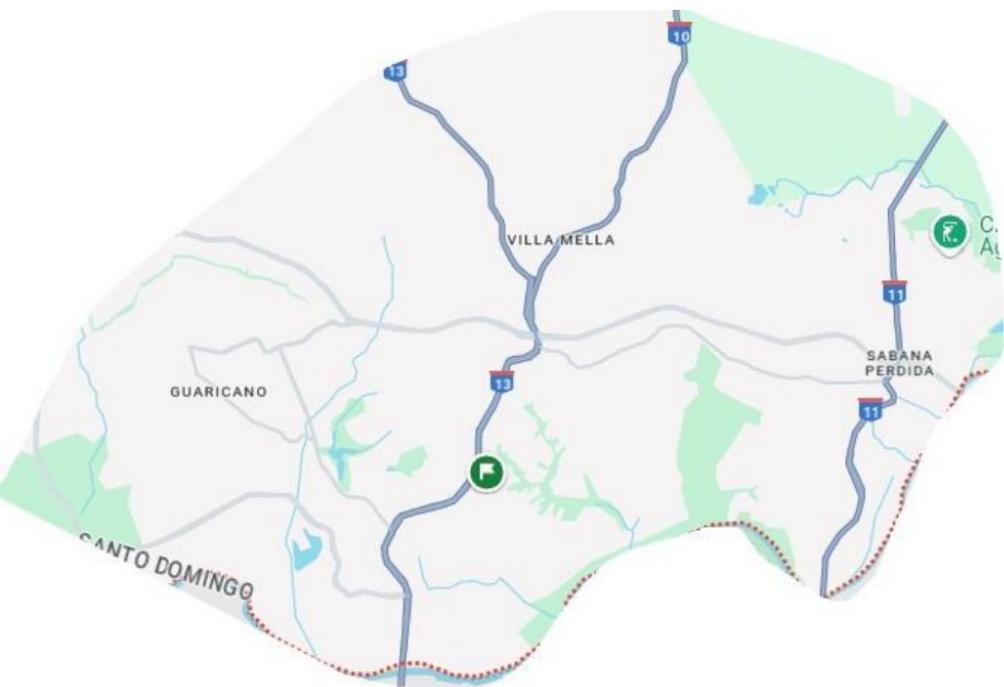
Santo Domingo D.N.
Hogares estimados 200 mil
Target: A-B-C





**mano
amano**
Mensajería Especializada

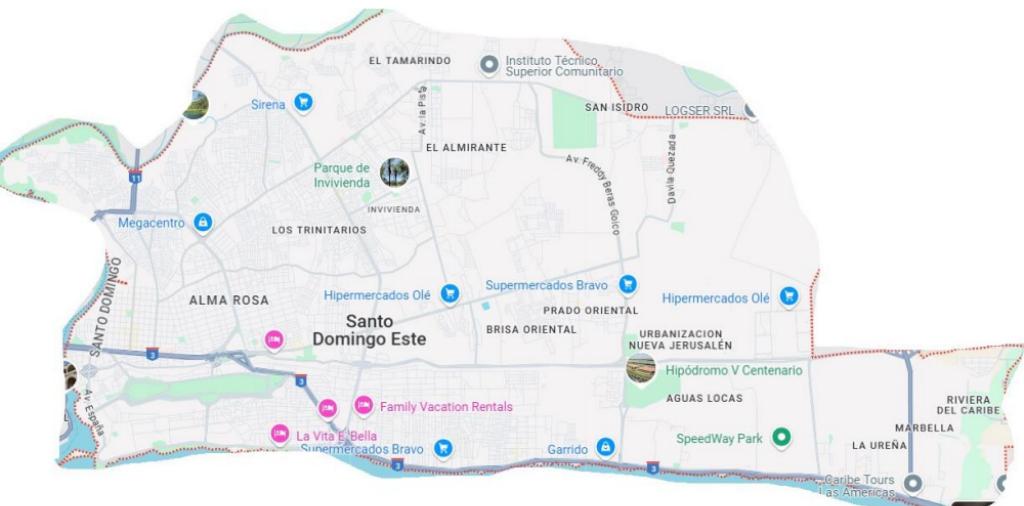
Santo Domingo Norte
Hogares estimados 50 mil
Target: B-C



Santo Domingo Este

Hogares estimados 60 mil

Target: B-C







**mano
a mano**
Mensajería Especializada

Santo Domingo Oeste II
Hogares estimados 15 mil
Target: B-C





**EN MANO A MANO
LLEVAMOS TU NEGOCIO
A OTRO NIVEL**

MANO A MANO: WWW.MANOAMANO.COM.DO
CONTACTO: JULIA GÓMEZ TEL.: 829-818-8077
EMAIL: JGOMEZ@MANOAMANO.COM.DO