Toy Planet

• DOSSIER DE EMPRESA

GEEKPLANET

ÍNDICE

- LA EMPRESA 03
- ALGUNOS DATOS DEL MERCADO 05
- MISIÓN, VISIÓN Y RSC 06
- JUGUETES PARA TOD@S 07
- ¿QUÉ OFRECEMOS? NUESTRO SURTIDO 08
- NUESTROS CLIENTES 10
- VALORACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE JUGUETES 12
- SISTEMA INFORMÁTICO 13
- NUESTRAS TIENDAS 14
- COMUNICACIÓN CONSTANTE AL MERCADO 17
- COMUNICACIÓN MASS MEDIA 20
- TPDIGITALSIGNAGE 22
- MARKETING ONLINE 25
- CONCLUSIONES 26
- GEEK PLANET, ÍNDICE 27
- INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO GEEK 28
- SURTIDO MACRO DE TIENDA GEEK 29
- DECORACIÓN TIPO DE TIENDA GEEK PLANET 30
- COMUNICACIÓN CONSTANTE AL MERCADO 32
- DATOS DE CONTACTO 33

"En mi casa he reunido juguetes pequeños y grandes, sin los cuales no podría vivir. El niño que no juega no es niño, pero el hombre que no juega perdió para siempre al niño que vivía dentro en él y que le hará mucha falta"

Pablo Neruda (1904-1973)

• LA EMPRESA

En 1988 surge en la Comunidad Valenciana una agrupación de empresas detallistas bajo el nombre de Joguets Sociedad Cooperativa. Este proceso de concentración, llevado a cabo hace más de 30 años, consiguió la tasa de crecimiento necesaria para poder competir en un entorno globalizado, donde abundan las grandes multinacionales.

En 1996 existe un cambio de estrategia que supone la creación de una Central de Compras profesionalizada, lo que provoca un cambio en el nombre de la sociedad, pasando de Cooperativa a 1996 Joguets, S.L.

En 1998, la empresa realiza una fuerte inversión en I+D+i y se crea la marca canal **Toy Planet,** para iniciar la unificación de la identidad de las tiendas. Dentro de esta marca nacen las marcas de producto (Infant Planet, Game Planet…) que contemplan los diferentes juguetes: primera infancia, juegos de mesa, muñecas…

En 2003 **Toy Planet** inicia un plan de expansión que le ha llevado a una tasa de apertura de establecimientos que ronda los 15-20 puntos nuevos por año.

En 2009 se pone en marcha la oficina propia en la provincia de Shenzhen (China) para la gestión y coordinación de todos los pedidos de Extremo Oriente, donde lleva operando más de 30 años, pero que se consolida con la presencia física en origen.

1988

1998

2003

2012

En 2011 se pone en marcha la web de venta online, que mantiene su potencial de crecimiento y supone una apuesta estratégica para la compañía para los próximos años como consciente de la importancía de la cultura digital en la empresa. Durante estos años hemos flexibilizado nuestro entorno digital para adaptarlo a las exigencias del mercado, así como a las necesidades de nuestro consumidor.

En ese mismo año, en 2011 **Toy Planet** traslada sus oficinas centrales de Ribarroja a Paterna, a unas instalaciones modernas que garantizan los proyectos futuros de la cadena.

En 2012 se inicia la unificación del Sistema de información entre la Central y las tiendas, hito importante pues permite consolidar el proyecto de venta online así como el intercambio de información de primera mano con los puntos de venta.

En 2014 se finaliza el proceso de consolidación económica de la Central, dotándola de los recursos propios suficientes para tener la autonomía financiera necesaria.

En 2016 se presenta el Plan Estratégico 2017-2019, cuyo principal objetivo es preparar a la Cadena para el proceso de transformación que se va a producir en el retail en los próximos años. La innovación, la concentración y la globalización son tendencias presentes en dicho plan.

Ahora mismo, Toy Planet está llevando a cabo la ejecución del nuevo Plan Estratégico 2023-2025, con el que la empresa quiere consolidar aspectos desarrollados en el anterior Plan y convertirse en Motor de evolución en red a través de lo lúdico.

Hoy en día, este grupo empresarial es conocido como **Toy Planet** y está implantado en todo el territorio nacional. Cuenta con más de 200 establecimientos, que suponen un total de 60.000 metros cuadrados de superficie de venta y que emplean a más de 700 personas. En 2022, la facturación consolidada fue de 95.000.000 euros.

• ALGUNOS DATOS DEL MERCADO

VOLUMEN APROXIMADO DE SELL-OUT:
830.000.000€ (Representado el 82% del mercado)

1.000.000.000€
Total mercado español

TOY PLANET:
95.000.000€ SELL OUT
--
9,5% cuota de mercado

• MISIÓN

En **Toy Planet** trabajamos para conseguir la felicidad de los niños. Hacer que los niños sean felices fomentando su imaginación, formación y desarrollo. Además queremos abanderar las causas más sensibles que puedan afectar al colectivo infantil para ser identificada por su compromiso, sirviendo de altavoz para ser reconocida por la calidad humana y profesional de nuestra gente.

• VISIÓN

Toy Planet quiere evolucionar, de ser una cadena de tiendas de juguetes, a una cadena nacional de referencia en cuanto a satisfacer la necesidades de juego y entretenimiento de las familias, como vía de desarrollo intelectual y social, especialmente de los más pequeños. ¿Cómo? Mediante un modelo de gestión que combina la profesionalidad, modernidad y el método de una gran cadena con la pasión que todo empresario deposita en su negocio, con una experiencia de compra única y creíble. Y todo ello con tres habilitadores principales: **Marca, Innovación y Personas.**

Toy Planet quiere ser el motor de evolución en red a través de lo lúdico.

• RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Toy Planet considera de vital importancia el compromiso con la infancia y ayudar a satisfacer sus necesidades, tanto educativas como lúdicas. **Toy Planet** realiza una clara contribución a la mejora social con su política de Responsabilidad Social Corporativa. Para ello realiza colaboraciones y donaciones de juguetes con las siguientes entidades: Cruz Roja, Cáritas, Aldeas Infantiles, Centros Hospitalarios, asociaciones benéficas y ayuntamientos.

Cabe destacar el programa de colaboración, firmado en 2005, con la ONG Aldeas Infantiles SOS, a través del cual lleva a cabo una donación anual destinada a fomentar la educación en la aldea que la ONG gestiona en Portoviejo (Ecuador). Dicha donación no es mérito de **Toy Planet**, sino de sus miles de consumidores, quienes mediante sus compras permiten donar el 0.7% de las ventas de producto propio a tan digno objetivo. A lo largo de los últimos 15 años Toy Planet ha donado a diversas Ong´s, y entre ellas Aldeas Infantiles, más de 150.000€.

• JUGUETES PARA TODOS

En **Toy Planet** llevamos más de 10 años apostando por la igualdad de género en el juego, mostrando a niños y niñas por igual independientemente del color y del tipo de juguete que sea.

Nuestros juguetes son aptos para niñas y niños, sin importar el género.

¡Les hacen felices por igual!

El compromiso social de nuestra compañía nos ha llevado a ser reconocidos por el sector con el premio al compromiso y la responsabilidad social, que cada año se otorga en los premios a la Distribución de Juguetes y Juegos. Este galardón ha sido obtenido en 9 ocasiones en los últimos 11 años. El último en 2020.

• ¿QUÉ OFRECEMOS?

Toy Planet ofrece a sus clientes una amplia gama de productos, que cubre toda la demanda del mercado. Con más de 6.000 modelos de juguetes en los lineales de sus tiendas, el 80% tiene procedencia nacional, mientras que el 20% restante es producto de fabricación propia o marca blanca.

• Construcción y manualidades

• Juegos de mesa

• Muñecas y figuras de acción

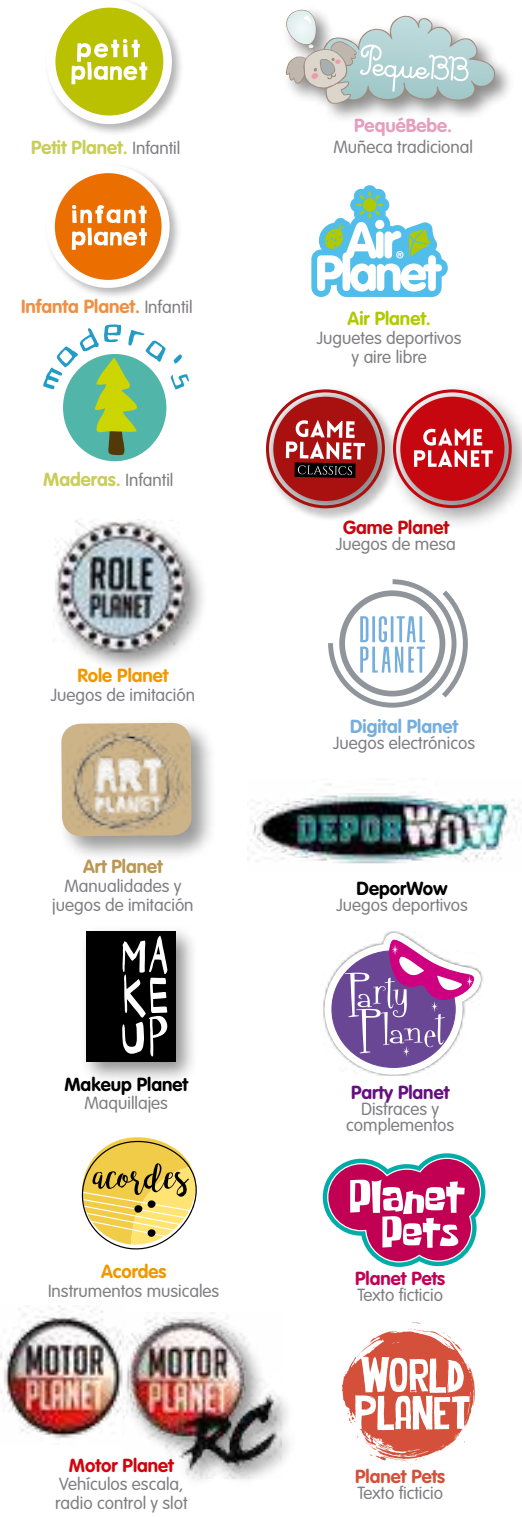
• Primera infancia

El 80% de nuestro surtido son marcas de fabricante

• Algunas de nuestras marcas de fabricante

El 20% de nuestro surtido son marcas propias

• Nuestras marcas



• Nuevas marcas. Nuevos mercados

• CLIENTES

El consumidor principal de **Toy Planet** tiene un perfil socioeconómico medio, con edades comprendidas entre los 30 y 45 años, residentes en núcleos urbanos, y cuya unidad familiar está compuesta por 1 o 2 hijos.

Los motivos que favorecen la compra se basan principalmente en sentimientos emocionales y de realización personal, siendo compras de carácter reflexivo, donde priman aspectos como el uso, la estética, el precio y la calidad.

• COMPROMISO TOY PLANET CON SUS CLIENTES:

SERVICIO

Posibilidad de cambio y gestión de incidencias entre cualquiera de nuestras más de 200 tiendas.

NUESTRA CULTURA DE SERVICIO

MANUAL DE ESTILO DE SERVICIO EN TIENDA

Según todas las estadísticas de la distribución la principal razón por la que un cliente cambia de tienda es "… por un mal servicio"

"La gestión de las empresas es la gestión de los detalles"

"Es menos costoso mantener un cliente que lograr uno nuevo"

La Dirección

• VALORACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE JUGUETES

Por favor valore cada una de las tiendas de juguetes que conoce según una serie de aspectos, utilizando una escala del 1 al 10, donde 1 es una valoración negativa y 10 muy positiva.

	ESTABLECIMIENTOS CONOCE							
	TOY "R" US	C. INGLÉS	TOY PLANET	IMAGINARIUM	CARREFOUR	ALCAMPO	JUGUETTOS	DRIM
BASE:	575	543	305	399	565	271	385	46
PRECIO	7,1	6,1	7,3	6,8	7,5	7,5	7,2	7,9
ATENCIÓN AL CLIENTE	7,7	7,9	7,8	8,3	6,8	6,8	7,6	7,6

Fuente: encuestas del 2014 y 2015 realizadas a más 1000 padres por todo el territorio nacional.

Primera enseña en posicionamiento en precio tras los formatos más agresivos (hiper y hard discount)

Posicionamiento equilibrado servicio-precio

• SISTEMA INFORMÁTICO

Software de gestión unificado. La central comparte el mismo programa que las tiendas, lo que permite una gestión vertical de la información en ambos sentidos.
Mediante esta unidad se gestionan altas del surtido, gestión de ofertas, tarjetas de fidelización y las ventas web entre otros aspectos. Y a su vez la Central tiene total visibilidad de las ventas y stocks de la cadena.

• NUESTRAS TIENDAS

En la actualidad Toy Planet está compuesta por 45 asociados que representan más de 200 puntos de venta distribuidos por toda España.

• NUESTRAS TIENDAS

• NUESTRAS TIENDAS

Dimensión óptima sala de venta 400m2

FAMILIA	% PESO POR FAMILIA
Familia 1	18,83%
Familia 2	13,48%
Familia 3	12,86%
Familia 4	6,82%
Familia 5	6,53%
Familia 6	14,37%
Familia 7	9,64%
Familia 8	7,11%
Familia 9	6,05%
Familia 10	2,92%
Familia 11	1,40%

Respeto a la verticalidad de la mancha de la marca o licencia en el lineal.

Distribución horizontal por peso de familias y ubicación por rotación.

• COMUNICACIÓN CONSTANTE AL MERCADO

4 FOLLETOS GRAN PROMOCIÓN (DURACIÓN 15 DÍAS)

• COMUNICACIÓN CONSTANTE AL MERCADO

6 CATÁLOGOS DE CAMPAÑA DURANTE TODO EL AÑO

• COMUNICACIÓN CONSTANTE AL MERCADO

Nuestro consumidor tiene ofertas constantes durante todo el año

ACCIÓN	PRIMERA QUINCENA NOVIEMBRE	SEGUNDA QUINCENA NOVIEMBRE	PRIMERA QUINCENA DICIEMBRE	SEGUNDA QUINCENA DICIEMBRE	ENERO
GUÍA NAVIDAD					
PROMOCIÓN DEL 25%					
REGALO CONSUMIDOR					
MARCA PROPIA					
ANUNCIO TV					
ACCIONES EN TIENDA ANUNCIO					
JUGACES NOVIEMBRE					
JUGACES DICIEMBRE					
VENTA ONLINE - ACCIONES WEB					

MÁS DE 6.000.000 DE CATÁLOGOS AL AÑO

• COMUNICACIÓN MASS MEDIA.

• Anuncio TV

• Patrocinio en programas premium

• PLANET CARD

Tarjeta de fidelización.
Base de datos con más de 300.000 registros actuales.

• TOY PLANET ECO

En Toy Planet trabajamos cada día por ser más sostenibles y ecológicos. En nuestras tiendas fomentamos el uso reutilizable, gracias a las bolsas de papel y nuestra bolsa de compra reutilizable. También dedicamos esfuerzos para favorecer el reciclaje con el uso de contenedores de pilas usadas en nuestras tiendas. Además, las bolsas de plástico están elaboradas con un 70% de material reciclado.

¡EN TOY PLANET TRABAJAMOS POR SER CADA DÍA MÁS SOSTENIBLES Y ECOLÓGICOS!

En este catálogo hemos empleado papel 100% reciclado y la procedencia del papel es de bosques sostenibles.

En nuestras tiendas fomentamos el reciclaje de pilas, gracias a nuestros contenedores de pilas usadas. Además de favorecer los envases reutilizables mediante nuestras bolsas de papel y la bolsa reutilizable **Toy Planet MI ECO BOLSA.**

También disponemos de bolsas de plástico fabricadas con un 70% de material reciclado.

¡Por un futuro sostenible y ecológico!

• Otras acciones:

- Branding
- Material corporativo tienda
- Uniformes tienda
- Hilo musical propio en tienda
- Eventos en tienda

TPdigitalsignage

- 300 pantallas instaladas y funcionando en nuestras tiendas. Se trata de una realidad, no un proyecto, con objetivo de 400 pantallas a finales de 2025.

¿A qué esperas para contratar tu espacio?

TPdigitalsignage

- **Somos la primera cadena con implatación nacional con un circuito integrado de cartelería digital** que además permite monitorizar la emisión de los anuncios para enviar informes a los anunciantes sobre la fiabilidad de lo contratado.

- **Una nueva herramienta indoor**. Es decir, además de la estrategia de publicidad 360º que todo anunciante puede tener, esta herramienta permite cerrar el círculo de su estrategia de comunicación, emitiendo los mensajes en el momento y lugar adecuados, en el punto de venta, donde el 75% de los clientes toman la decisión de compra.

TPdigitalsignage

- **Es una herramienta digital**, por lo que permite un posicionamiento, tanto para el anunciante como para la tienda, de empresa innovadora y moderna. Nueva experiencia de compra en el punto de venta, fidelización del cliente, activación de las ventas,... Y todo ello con una herramienta que permite una gestión de contenidos actualizados más llamativos y con menor coste que la cartelería tradicional.

- **Es una herramienta "pull"**, es decir, que se dirige al consumidor final, pero que también cumple una función de comunicación interna cuyo principal destinatario es el empresario detallista, pudiendo reforzar la labor comercial de la red de ventas del proveedor.
- Por último y no menos importante cabe recordar que esas 300 pantallas están implantadas en la gran mayoría de nuestras tiendas, las cuales tienen un tráfico anual de 13.000.000 de clientes (más acompañantes con una afinidad con el target core del 100%).

• MARKETING ONLINE.

• Página web. www.toyplanet.com

App de catálogo virtual disponible para Ios y Android.

DISEÑO RESPONSIVE

VISITAS 2019	VISITAS 2022
• 4 millones visitas totales. • 55% visitas campaña. • 75% facturación total concentrada en Navidad.	• 8 millones visitas totales. • 60% visitas campaña. • 67% facturación total concentrada en Navidad.

• Redes sociales

	2020		2022	
	143.728	9.780	165.504	25.000

• CONCLUSIONES

Toy Planet es una cadena de tiendas de juguetes de ámbito nacional, organizada como Central de compras y servicios, con más de 200 tiendas y una facturación consolidada de 95.000.000€

A través de nuestras herramientas clave, como son la marca, el surtido propio, el servicio en tienda y el sistema de gestión y venta online unificados podemos operar como un actor único para el mercado a la altura de cualquier enseña vertical del retail y con un dinamismo comercial superior a la media del sector.

"Eficiencia en la compra y eficacia en la venta".

"La palabra progreso no tiene ningún sentido mientras haya niños infelices"

Albert Einstein (1879-1955)

"No dejamos de jugar porque nos hayamos hecho viejos. Nos hacemos viejos poeque hemos dejado de jugar"

George Bernard Shaw (1856-1950)

GEEKPLANET

LONG LIVE THE FAN

1. INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO GEEK

Toy Planet, con más de 30 años en el sector retail del juguete, ha demostrado siempre su continua apuesta por la innovación e incorporación de nuevas familias de producto y servicios, para poder hacer frente a las nuevas demandas de nuestros consumidores habituales.

En los últimos años hemos estado analizando que el mercado natural al que nos dirigimos, el del niño 0-12 años, está mermando, pues por un lado hay una bajada estructural de la natalidad y por otro lado el juguete es abandonado a una edad más temprana. Todo esto provoca que se cree una pinza que haga cada vez más necesario el no depender del mismo producto para el mismo consumidor, tratando de diversificar tanto en producto como en clientes.

De ahí que, viendo el devenir de ciertas familias de producto limítrofes con el juguete, que se dirigían a targets variados, como es el producto fan, kiddult, frikie, anime, manga,… se decidió apostar por una nueva marca que englobara todos estos conceptos. Y de ahí la marca **Geek Planet**.

Con Geek Planet nuestra compañía busca por tanto diversificar el modelo de negocio, en algunos casos con puntos de venta exclusivos de esta nueva familia de producto y en otros casos como complemento dentro de la ya existente tienda de Toy Planet. El poder dirigirnos a un segmento de edad amplio, hasta los 60 años, permite generar un tráfico nuevo en nuestras tiendas, a veces hasta compartido por la familia pues tanto el niño como su padre ahora pueden encontrar un punto en común.

MERCADO

	EXISTENTE	NUEVO
EXISTENTE	PENETRACIÓN DE MERCADO	DESARROLLO DE PRODUCTO DE DIFERENCIACIÓN
NUEVO	DESARROLLO DE MERCADO	DIVERSIFICACIÓN

2. SURTIDO MACRO DE TIENDA GEEK

El surtido macro de una tienda Geek está compuesto, por un lado por productos que también existen ya en las tiendas Toy Planet, pues son licencias vinculadas al mundo infantil (Star Wars, Marvel, Harry Potter, Dragon Ball…) y de familias conocidas (figuras de acción, construcciones, …). Esto supone un 20% aproximado del surtido. El resto ya serían aportaciones de novedades, bien porque son familias de producto no trabajadas o porque se incorporan licencias nuevas (mundo anime, kiddult, …)

	LICENCIA EXISTENTE	LICENCIA NUEVA
FAMILIA DE PRODUCTO EXISTENTE	20%	30%
FAMILIA DE PRODUCTO NUEVA	20%	30%

3. DECORACIÓN TIPO DE TIENDA GEEK PLANET

3. DECORACIÓN TIPO DE TIENDA GEEK PLANET

- GENERACIÓN DE EVENTOS EN PUNTO DE VENTA O CENTRO COMERCIAL. COSPLAY DE LA TIENDA GEEK EN TENERIFE

3. COMUNICACIÓN CONSTANTE AL MERCADO

2 CATÁLOGOS DE CAMPAÑA DURANTE TODO EL AÑO

GEEKPLANET

• DATOS DE CONTACTO:

• **Ignacio Gaspar Meseguer**
igaspar@toyplanet.es

T. PLANET SHOPS S.L.
Parque Empresarial Táctica
C/ Velluters, nº 37
46980 Paterna (Valencia), España
Tel. +34 96 134 42 38
www.toyplanet.com

GEEKPLANET