

# Recrea

**lunes, 28 de septiembre de 2009**

Marca: Play-Doh

Grupo: Chocotorros

Introducción del producto: La masa modeladora Play-Doh fue lanzada al mercado en el año de 1956. Fue desarrollada por Rainbow Crafts en Cincinnati. El primer producto era una masa de un sólo color y tamaño, y se distribuía en la tienda Woodward & Lothrop en Washington D. C.

Un año después Play-Doh se vendía en tres nuevos colores (amarillo, rojo y azul) y en paquetes de tres latas. En cuestión publicitaria comenzaron a desarrollarse los primeros comerciales de televisión en el programa Miss Frances en la Escuela Ding Dingo y al Capitán Canguro. Para 1958 se termina la etapa introductoria con el lanzamiento de un paquete de 4 latas que contiene los colores de masa roja, amarilla, azul y blanca; aunque el producto hace su debut oficialmente en la Feria del Juguete Americano.

Etapas competitivas: Play-Doh comienza esta etapa con un juego llamado “Fábrica de diversión”, lanzado en 1960 con el logotipo oficial y el personaje de la marca Pete. En 1964 comienza el posicionamiento mundial de la marca, pues la distribución ya era internacional en países como Inglaterra, Francia e Italia.

Seis años después, aparece en televisión el comercial de Pete de Play-Doh, su imagen se mostraba en todos los empaques de la masa Play-Doh, y fue seleccionado por Advertising Age como uno de los 100 mejores comerciales; con ello la marca lanza campañas publicitarias globales, traduciendo sus mensajes y mostrando los nuevos productos en la marca.

Etapas de madurez: Actualmente, la masa modeladora Play-Doh se encuentra inmersa en la etapa de madurez, ya que desde principios de la década de 1970, su incursión en el mercado se vio consolidada gracias a la venta de más de 500, 000,000 latas, acompañada de la gran aceptación que tuvo dentro del sector infantil y los padres de familia que vieron

en este producto la sana diversión de sus hijos, principalmente por la característica distintiva de la masa: su nula toxicidad.

En 2006, Play-Doh cumple 50 años en el mercado, razón por la cual el producto junto con Hasbro lanzan la llamada “Cubeta de cumpleaños de Play-Doh” y por supuesto el “Paquete de Play-Doh” el cual contiene 50 colores, en donde se incluyeron 6 nuevos súper colores pastel.

La última campaña de Play-Doh - lanzada durante la primera mitad de este año en medios impresos de Singapur- ha sido un poco controversial debido a que muestra diferentes objetos nocivos o peligrosos hechos con la masa (una sierra eléctrica, un frasco de pastillas, una navaja, una caja de cerillos y un cuchillo de carnicero). Las imágenes se complementan con el slogan “Safe no matter what you make”. La campaña ciertamente es muy agresiva pero contundente.

Por lo tanto, Play-Doh es una marca que lleva más de 30 años en el mercado y seguirá por mucho tiempo gracias a la planeación de sus estrategias de MKT.

PUBLICADO POR RECREA EN 9/27/2009 08:09:00 P. M.