

# myscene

## Mercado

En la temporada navideña del año 2002 fue lanzada una nueva marca de muñecas, My Scene, que se integró a la industria juguetera en el segmento de muñecas de moda, el cual es por demás dinámico, ya que las niñas cambian constantemente y exigen que los productos que consumen siempre estén actualizados.

My Scene es una marca dirigida a niñas pre-adolescentes –que se encuentran entre la infancia y la adolescencia–, quienes están en busca de su propio estilo y actitud, por lo que la marca se enfoca en temas relevantes para ellas, como la amistad y la moda. Sin embargo, debido a que la marca es aspiracional, las consumidoras de My Scene pueden llegar a otros rangos de edad, desde los 3 años hasta adolescentes.

My Scene está integrada por un grupo de inseparables amigas que viven en Nueva York, cada una de las cuales tiene su propio estilo y personalidad. Su mayor valor es la amistad: les encanta estar juntas, ir de viaje, salir de vacaciones, ir de compras, divertirse en fiestas y siempre estar a la moda. Hoy en día los personajes principales de la marca son Kennedy, Chelsea, Madison y Delancey, y continuamente se integran nuevos personajes.

My Scene integra el estilo de vida actual, tomando como base las tendencias de la moda y la tecnología, así como los intereses de las niñas y adolescentes.



## Logros

En tan sólo 5 años, My Scene ha logrado posicionarse como una de las marcas más relevantes para las niñas, tanto en el mercado mexicano como a nivel internacional. Actualmente se encuentra entre las 5 marcas más importantes para Mattel de México, lo cual es muy significativo, ya que el segmento de muñecas de moda es muy dinámico y el público objetivo de la marca está expuesto no sólo a otros competidores en el rubro

juguetero, sino también a otras categorías como ropa, electrónicos, accesorios, etc.

México es el país más importante para la marca a nivel mundial, y por ello se realizan investigaciones de mercado en nuestro país, con el objetivo de entender los gustos y tendencias de las niñas para desarrollar los productos de la línea.

## Historia

La primera colección de My Scene fue introducida al mercado en la temporada navideña del 2002, y para su lanzamiento fue la primera ocasión en que una compañía juguetera en México utilizó al mismo tiempo espectaculares, parabuses e incluso realizó alianzas con otras marcas no dirigidas exclusivamente a niñas, como por ejemplo aguas embotelladas.

La colección original estaba integrada sólo por tres personajes: Barbie, Chelsea y Madison, quienes cuentan con su propia personalidad, características físicas y estilo de ropa que las identifican.

A principios del 2003 se integró una nueva amiga llamada Nolee, además de 4 chicos, y como el valor principal de la marca es la amistad, se han ido agregando más muñecas al grupo, que cuenta con 10 personajes.

En el 2004 se lanzaron 2 películas animadas de My Scene: “Jammin’ Jamaica” y “Masquerade Madness”, de las cuales también se realizó una línea de muñecas.

Para el año de 2005 se lanzó “Goes Hollywood”, la primera película que se vendió en el mercado. En cada película las amigas My Scene viven aventuras y experiencias inolvidables, que fascinan a las niñas.

Además, My Scene cuenta con 2 temporadas de mini episodios animados, en los que las chicas My Scene tienen diferentes experiencias y se da a conocer la personalidad de cada una.

Durante el 2006 la marca lanzó al mercado una línea llamada Bling Bling, basada en brillos y joyas, la cual incluía un anillo de regalo para las niñas. Y presentó una edición limitada en la que los anillos tenían joyas de verdad, como diamantes, topacios, amatistas y granates.



## Producto

My Scene es una marca vanguardista que lanza al mercado productos innovadores, de gran interés para sus consumidoras, y cada año renueva más del 90% de los productos.

My Scene es tan versátil que sus personajes han sido desde patinadoras hasta estrellas de Hollywood, pero siempre engloban amistad y moda.

Cada historia permite a las niñas vivir diferentes experiencias aspiracionales a través de las amigas My Scene, como esquiar en nieve o divertirse en la playa.

La parte esencial del producto son los personajes que construyen la marca, cada uno de los cuales tiene gran relevancia debido a que es único, con características particulares. Gracias a esta identidad propia, cada muñeca puede establecer empatía con las distintas consumidoras.

Actualmente ya existen 14 personajes en el mundo My Scene: Barbie, Nolee, Kenzie, Hudson, River, Sutton, Ellis, Bryant, Tyson, Jai, Kennedy, Madison, Chelsea y Delancey. Las 4 últimas son el grupo principal, y como ellas viven en Nueva York, sus nombres se derivan de lugares representativos de esta ciudad:

- **Kennedy.** Esta muñeca, añadida en el año 2006, viene de Hollywood, California. Tiene el cabello semi-ondulado y los ojos azul turquesa. Es acuario y sueña con ser estrella de cine. Su nombre proviene del Aeropuerto Internacional John F. Kennedy de la ciudad de Nueva York. Su mascota es un perro que se llama Yorkie.
- **Chelsea.** Muñeca de cabello rojizo y ojos cafés. Es la artista del grupo y su sueño es convertirse en diseñadora de moda. Su signo zodiacal es escorpión, le encantan la moda *retro* y las mascotas. Su nombre proviene de un barrio en Nueva York y su perro se llama Churro.



• **Madison.** Muñeca de cabello café rizado con ojos azules. Le encanta viajar, ir de compras, la moda y, sobre todo, los spas. Su signo es leo y nunca sale sin su diario, en el que anota todas las aventuras que vive con su grupo de amigas. Su nombre proviene de la calle Madison Avenue, en Nueva York, y su perro se llama Bella.

• **Delancey.** Muñeca de cabello castaño, ojos verdes y un lunar en una mejilla. Es prima de Chelsea. Viene de Los Ángeles, California. Es la deportista del grupo y le encanta la playa. Su signo zodiacal es tauro y considera que las mujeres pueden hacer todo lo que se propongan. Su nombre proviene de la calle Delancey, en Nueva York, y su gato se llama Sugar.

## Desarrollos Recientes

My Scene ha revolucionado el segmento de muñecas de moda en México, ya que se enfoca a desarrollar productos aspiracionales de moda y siempre cuida los últimos detalles en cuanto al estilo de peinado, maquillaje y accesorios de las muñecas.

Al año se lanzan más de 52 modas diferentes, que incluyen distintas texturas de tela, y tiene el reto de combinar perfectamente cada estilo de moda con accesorios y tendencias.

Adicionalmente a la esencia de la marca, que es la moda, My Scene está en constante innovación, con el objetivo de ser la mejor opción para sus consumidoras, por lo que lanza al mercado productos con características especiales, como en el 2006, que lanzó la línea My Scene Fab Expressions: muñecas que cambiaban la expresión de su cara con tan sólo oprimir un botón. Tenían 5 diferentes expresiones, desde sorprendidas hasta dudosas.

La línea My Scene Creciendo con Glamour, el lanzamiento principal del 2007, es una línea de muñecas que se basa en las vivencias y experiencias de las consumidoras, ya que las amigas My Scene cambian de niñas a adolescentes. La tecnología de este producto permite a las muñecas aumentar de estatura y desarrollar un cuerpo adolescente, además de que se les pueden cambiar el maquillaje y la ropa.

También en el 2007 salió al mercado My Scene Rollergirls Radio Control: muñecas que pueden patinar hacia delante, hacia atrás, girar y hacer *split*, todo a control remoto. My Scene siempre se ha preocupado por ofrecer a las niñas la mejor tecnología y mucha innovación.

## Promoción

Desde su lanzamiento, My Scene se ha preocupado por estar cerca de sus consumidoras, y para lograrlo ha realizado diferentes promociones con temas relevantes, tanto para las niñas como para sus mamás, creando sinergias para fomentar la participación de ambas.

Durante el 2004 realizó la promoción “De compras con My Scene”, en la cual las niñas podían ganar un día de compras.

Con el 2005 llegó la promoción “Con My Scene ganar es lo más cool”, en la cual las niñas se ganaban increíbles estuches y carpetas para el regreso a clases.



En esta promoción también ganaban las mamás: termos de café My Scene.

Para el 2006 se lanzó “Brilla con My Scene”, promoción que continuaba con la tendencia de los brillos, en la que las niñas tenían la oportunidad de ganar accesorios llenos de brillos como los que usan las chicas My Scene.

Y en el 2007 llegó “Buena onda My Scene”, promoción con una imagen divertida, que reflejaba la personalidad de la marca con regalos como originales bolsas en forma de patín y porta celulares.

## Valores

El valor principal de la marca es la amistad: My Scene busca fomentar entre las niñas la importancia de construir verdaderas amistades, que cultiven a su vez valores como el respeto, la confianza y la unidad.

Para las chicas My Scene no hay nada más importante que sus amigas, y al estar unidas logran todo lo que se proponen.

Por otro lado, la marca busca participar en proyectos de responsabilidad social con el fin de contribuir a una mejor calidad de vida en los grupos vulnerables de nuestro país. A finales del 2007 realizó un evento llamado Patines con Causa, en el cual se subastaron patines diseñados por celebridades mexicanas y el dinero recaudado se donó a una fundación que atiende diferentes problemáticas de grupos en situación de riesgo.

## Cosas Que Usted No Sabía Sobre My Scene

- Todos los nombres de los personajes de My Scene se derivan de lugares de la ciudad de Nueva York.
- Originalmente se desarrollaron 3 personajes para el lanzamiento de la marca, y a la fecha cuenta con más de 10 muñecas y 16 personajes en sus mini episodios.
- Todas las amigas My Scene tienen una mascota diferente.