



Decalupa nace en 2014 de las inquietudes de dos padres, Carmen y Luis que no encontraban en su entorno más cercano juguetes didácticos, juegos educativos y de calidad que estimularan a su hijo para jugar, crear, aprender, soñar e imaginar. De esa necesidad surgió Decalupa y lo que era tan sólo una idea, se ha plasmado en algo real.

Ofrecen sus productos desde una tienda física de Mieres y vía online desde www.decalupa.com con una cuidada selección de juguetes y juegos para todas las edades, regalos diferentes, especiales y originales, que seleccionan uno a uno con mimo, productos de máxima calidad, seguridad y jugabilidad.

Para ello, buscan constantemente juguetes y juegos educativos, versátiles, duraderos, sencillos, que despierten la creatividad e imaginación, bonitos, fabricados con materiales de primera calidad y respetuosos con el medioambiente. De esta forma, ponen todo su empeño en encontrar y ofrecer productos especiales que hagan de cada regalo algo único y, sobre todo, que proporcionen a los peques muchas horas de diversión.





En la juguetería online de Decalupa los productos se segmentan por edad, pero también por categoría y marca, de este modo, intentan facilitar la búsqueda de acuerdo a necesidades detectadas.

En la tienda física todo está ordenado por secciones, y dentro de éstas por edad. Por ejemplo, en la zona de juegos de mesa encontrarás su selección ordenada por edad recomendada, lo mismo con otras categorías como manualidades, juegos de construcción, puzzles, literatura infantil, etc. Siempre con el fin de proporcionar una experiencia de compra adecuada a su clientela.

Respecto al estudio de la promoción de sus productos, intentan llegar a su público objetivo con aquellas publicaciones que consideran les pueden interesar más. Destacando, por ejemplo, novedades o prestaciones y características clave del producto en cuestión.

Para Carmen y Luis las redes sociales son su tercer escaparate, tras la tienda física y online. "Es incuestionable que hoy en día, hay que estar en la red, en aquellos canales que se consideren más adecuados al mercado objetivo. En nuestro caso, Instagram, Facebook y WhatsApp fundamentalmente".

La calidad de la imagen es básica para transmitir los puntos fuertes del producto. Muchas veces, si la imagen no es buena, el mensaje que se quiere difundir puede no llegar de forma correcta, por lo que es fundamental que la foto sea adecuada para que llegue al consumidor y pueda compartirla, guardarla, interesarse por el producto y en última instancia, comprarlo.