



CHIRP

CASE HOUSE OF IIM RAIPUR

CASO | LECTURAS DE 7 MINUTOS | 9 PÁGINAS

"...y nos disculpamos: UltaBeauty Inc.

SANJEEV PRASHAR¹ | ARCHANA PARASHAR²

¹*Campo de Marketing, Instituto Indio de Gestión, Raipur, India*

²*Campo de Humanidades y Artes Liberales, Instituto Indio de Gestión, Raipur, India*

Este caso es únicamente para proporcionar material para la discusión en clase. This case is solely to provide material for class discussion. Los autores no pretenden ilustrar la gestión efectiva o inefectiva de una situación gerencial. Es posible que los autores hayan ocultado ciertos nombres y otra información de identificación para proteger la confidencialidad. Esta publicación no puede ser transmitida, fotocopiada, digitalizada o reproducida de ninguna forma ni por ningún medio sin el permiso del titular de los derechos de autor.

Derechos de autor © 2023, Instituto Indio de Gestión, Raipur, Versión: 2023-Agosto-23

Sinopsis

Este caso describe el correo electrónico de marketing insensible enviado por UltaBeauty Inc. el 1 de mayo de 2022, presentando el perfume Kate Spade New York. Al promocionar la línea de perfumes de la marca, la compañía escribió, "Ven a pasar un rato con Kate Spadey obtén \$15 de descuento." Los clientes que recibieron este correo electrónico relacionaron el asunto con la trágica muerte de la diseñadora por suicidio. Por cierto, el correo electrónico se envió en mayo, que es el Mes de Concienciación de la Salud Mental. Los clientes enfurecidos compartieron este mensaje de correo electrónico sin tacto en las redes sociales ridiculizaron la campaña. Los seguidores consternados también expresaron su indignación en las redes sociales.

El enorme error de marketing por correo electrónico obligó a Ulta a disculparse con sus clientes tras la oposición.

En este contexto, el caso se ha documentado para ayudar a los estudiantes a explorar perspectivas de redacción de mensajes de relaciones públicas durante la crisis, comprender la importancia del tono en la escritura y las estrategias disponibles para evitar dicho fiasco en las comunicaciones de marketing.

Este documento de adelanto está autorizado para uso y descarga gratuito. Para solicitar copias del caso completo y la nota didáctica, comuníquese con Case House of IIM Raipur, Indian Institute of Management, Raipur, Chhattisgarh, India- 493661, www.casehouse.iimraipur.edu.in

PRODUCTOS RELACIONADO

- 1) *Nota de instrucción*: Número de Producto - CHIRP-66999-TN