Practica Final

MERS STUDIO

PRESENTADO POR

Maria Aranzasti

1. CREACIÓN DE MARCA

- Nombre de la marca: "Mers Studio"
- Logo :



- Misión: Crear accesorios hechos a mano de alta calidad que reflejen el estilo y la personalidad únicos de cada cliente individual.
- Valores: Creatividad, artesanía, personalización y sostenibilidad.
- Público objetivo: Personas conscientes de la moda que aprecian los accesorios hechos a mano y únicos.
- Tono: Artístico, personal y premium.
- Colores: Atrevidos y vibrantes, para reflejar la individualidad y creatividad de cada pieza.
- Brand Statement:

  En "Mers Studio" creemos en el poder de la artesanía.

  Nos encanta la idea de traer un poco de naturaleza a tu vida, ya sea haciendo a mano tus propias joyas o usando materiales reciclados para crear piezas únicas y duraderas. También creemos que nuestros clientes deben sentir que están recibiendo más que solo un accesorio si no que están recibiendo una experiencia única.

- Tipología de productos:

En mers Studio nos centramos en 4 tipologías de producto al ser una marca reciente, con la esperanza de poder abarcar más en un futuro próximo.

Joyeria única - Esta categoría incluye piezas únicas de joyería que se diseñan y fabrican a mano, utilizando materiales y técnicas no convencionales. Este tipo de joyería está destinada a clientes que valoran la individualidad y el estilo personal.

Bufandas y pañuelos- Esta categoría incluye una gama de bufandas y pañuelos hechos de materiales texturizados de alta calidad. Diseñadas con patrones únicos, colores y texturas, lo que es perfecto para los clientes que quieren agregar un toque de individualidad a su armario.

Pasamontañas - Esta categoría incluye pasamontañas que se hacen a mano utilizando técnicas y materiales innovadores. Estos revestimientos faciales están diseñados para ser funcionales y de moda, por lo que son ideales para los clientes que quieren hacer una declaración mientras se mantiene caliente.

Gorros- Esta categoría incluye una gama de sombreros que están diseñados para ser tanto bonitos como funcionales.

- Elementos diferenciadores de la competencia:

Calidad inigualable: En Mers enfatizamos la alta calidad de nuestros accesorios hechos a mano y el cuidado y atención al detalle que va en cada pieza. Esto nos distingue de los competidores que pueden utilizar materiales de menor calidad y técnicas de producción en masa.

Diseños únicos: Resaltamos los diseños y estilos únicos de nuestros accesorios. Enfatizamos la estética de moda en la marca y mostramos cómo se pueden usar los accesorios para agregar un toque de estilo e individualidad a cualquier look.

Toque personal: En Mers ofrecemos opciones de personalización a nuestros clientes, dándoles la capacidad de crear accesorios verdaderamente únicos que coincidan con su estilo individual.

Al centrarnos en estos elementos diferenciadores, creo que podemos crear una marca de accesorios hechos a mano que se destaca de la multitud y atrae a los clientes que valoran la calidad, la moda, la singularidad y un toque personal.

2. ANÁLISIS DEL SECTOR Y POSICIONAMIENTO INICIAL

Tras analizar el mercado de accesorios en España he decidido que mis 3 principales competidores serían banoffebcn, susmies y malababa.

La elección de Banoffe Bcn, Susmies y Malababa como mis competidores ofrece una ventaja única en el mercado. Cada una de estas marcas ofrece un enfoque diferente a la industria de los accesorios/ moda en España, lo que me permite evaluar mi propia marca contra una variedad de competidores.

Banoffe Bcn destaca por su enfoque personalizado. Ofrecer la capacidad de personalizar artículos y hacerlos únicos para cada cliente distingue a Banoffe de sus competidores. Este aspecto de personalización proporciona una gran oportunidad para que los clientes expresen su individualidad y creen un artículo verdaderamente único.

Susmies Collection, como startup, ofrece una nueva perspectiva sobre la moda/accesorios. Como una marca reciente en el mercado, tienen ideas únicas y un enfoque diferente para la industria que las marcas establecidas pueden no haber considerado. Esto convierte a Susmies en un competidor interesante, ya que ofrece la oportunidad de ver cómo una nueva marca se está posicionando en el mercado y qué estrategias está utilizando para competir.

Malababa, con su larga historia en el mercado de accesorios, ofrece una imagen de marca bien establecida y una sólida reputación. Esta marca ha tenido tiempo para construir su base de clientes y crear un seguimiento leal,

lo que la convierte en una fuerte competidora. También proporciona una perspectiva valiosa sobre cómo una marca de larga data ha evolucionado con el tiempo y qué estrategias ha utilizado para mantenerse relevante en un mercado en constante cambio.

ANÁLISIS SEO,SEM Y RRSS DE BANOFFE BCN

Palabras clave específicas de la ubicación: Banoffe BCN tiene una gran parte del tráfico de España, por lo que es importante segmentar palabras clave específicas del mercado español. El sitio web tiene un 4.4k de palabras orgánicas y 2.7k de ellas se encuentran entre las 10 primeras posiciones en España para palabras clave como "banoffee" y "banoffee bags" y banofe, queriendo atraer también a aquellos que busquen el postre de banoffe.

Intención y Contenido: La intención del sitio web es principalmente informativa, con el 57,1% del contenido orientado a este propósito. Banoffe BCN podría aprovechar aún más esto creando más contenido informativo de alta calidad para atraer más visitantes y aumentar la participación. El sitio web también tiene una intención comercial del 21,2% y una intención transaccional del 17,8%, lo que significa que también podrían centrarse en optimizar el sitio web para palabras clave transaccionales y comerciales relevantes para atraer a más clientes potenciales.

Backlinks: El sitio web tiene un buen número de backlinks, con 44.8k enlaces de 146 dominios de referencia. El hecho de que el 99% de estos son enlaces de seguimiento es un indicador positivo para los motores de búsqueda. Banoffe BCN podría mejorar aún más su perfil de backlinks al apuntar a backlinks de alta calidad de sitios web autorizados en la industria. Ejemplos de dominios: www.cosmopolitan.com/es, www.elle.com/es. www.instyle.es

Engagement en el sitio web: Si bien el sitio web tiene una baja tasa de rebote del 21,34%, todavía hay margen para mejorar en términos de duración media, que actualmente es de 1 minuto y 51 segundos. Banoffe BCN podría buscar formas de mejorar la interacción con el sitio web, como crear más contenido interactivo, mejorar la estructura y la navegación del sitio web y optimizar los tiempos de carga de la página.

En general, Banoffe BCN tiene una buena estrategia de SEO, pero todavía hay oportunidades para mejorar y atraer más tráfico, especialmente mediante la creación de más contenido informativo de alta calidad y la optimización de las palabras clave transaccionales y comerciales.

Palabras clave de pago: Banoffe BCN está utilizando 20 palabras clave de pago, incluyendo su nombre de marca, "banoffe bcn," así como términos específicos del producto como "bolsos banoffee," "anillos tallas anillos," y "bolsos personalizados."

Números de Tráfico y Coste: Banoffe BCN está generando 817 visitas a través de sus campañas SEM, lo que es un buen comienzo, pero el coste de 653 mil euros parece alto para la cantidad de tráfico que genera.

Anuncios de Display: Banoffe BCN está utilizando anuncios de display, que puede ser una manera efectiva de aumentar el conocimiento de la marca y atraer nuevos clientes. Páginas indexadas: Banoffe BCN ha indexado páginas para sus productos, lo que es un indicador positivo para los motores de búsqueda. Se podrían optimizar aún más estas páginas asegurando que tienen descripciones de productos de alta calidad, imágenes y otra información relevante.

La estrategia SEM de Banoffe BCN parece centrarse en unas pocas palabras clave de pago, lo que es un buen enfoque para una empresa más pequeña con recursos limitados. Sin embargo, hay margen para mejorar el gasto publicitario, la creación de anuncios de alta calidad y la optimización de las páginas indexadas para los motores de búsqueda

Redes Sociales

En cuanto a redes sociales, Banoffee Bcn cuenta con perfil en Instagram donde cuenta con 144k seguidores siendo así su cuenta con más notoriedad, aquí la marca publica sus productos y son bastantes constantes. También cuenta con perfil en TikToK con no más de 2000 seguidores, donde suben el mismo contenido que en instagram, con idea de alcanzar al público más joven con poco éxito por el momento. Cuentan con cuentas en Facebook y Pinterest donde publican poco contenido, y que sería el mismo que en instagram.

Respecto a la atención al cliente no cuentan con ello, pero si tienen activado un formulario en su página web donde puedes ponerte en contacto con ellos.

ANALISIS SEO,SEM Y RRSS DE SUSMIES COLECTION

Análisis SEO:

El sitio web tiene un tráfico organico de 3.2k y está recibiendo tráfico orgánico de varios países.
La mayoría del tráfico viene de España, con 2.4k y 351 palabras orgánicas.
Francia, Estados Unidos y Reino Unido también contribuyen al tráfico orgánico.
Las mejores palabras clave orgánicas de la marca son susmies, susmies collection, sumies collection, sumies y susmie's.
La intención de la página es principalmente informativa (54%) y de navegación (17,7%).
La intención comercial del sitio web es solo del 6,9%, y el 21% es transaccional.
El tráfico de marca es bastante alto (88,6%), con 334 palabras clave, mientras que el tráfico no de marca es solo del 11,4%.
El sitio web ha visto un aumento exponencial en el tráfico orgánico de 199 a 1300 de junio a julio de 2022. Esto indica que la marca empezó a ver resultados del seo on page en julio 2022 .El tráfico web cuenta con 4,5 mil vistas, 3,22 paginas por visita, una duración media de 02:37 segundos y una tasa de rebote del 69,49%.
El sitio web tiene 57 backlinks, con 35 enlaces de seguimiento y 21 enlaces de no seguimiento, y los backlinks son principalmente en forma de texto (93%) en lugar de imágenes (7%).
El sitio web está recibiendo tráfico de dominios como 21 botones, nproxy.com y cosmopolitan.com/es.
El sitio web ha indexado páginas de su propia marca.

Análisis de SEM:

La marca no tiene ninguna estrategia SEM en su lugar, ya que es una marca relativamente nueva.

En general, el sitio web parece tener una fuerte presencia en el mercado español y está empezando a ver un crecimiento exponencial en el tráfico orgánico. Sin embargo, no hay una estrategia SEM en su lugar, y la tasa de rebote es relativamente alta. La marca puede trabajar para mejorar su

intención comercial y reducir la tasa de rebote para mejorar aún más su presencia en línea.

Redes sociales

Susmies tiene perfil en Instagram, Tiktok y Pinterest. Al ser una marca joven se aprecia la soltura crean contenido muy visual,muy estético, donde se aprecia el diseño gráfico y su gusto por la moda. En sus perfiles se puede apreciar a influencers llevando productos de su marca,post creativos, mucho reels y en cuanto a tiktok mucho seguimiento de trends, como muestras de sus productos. Cuentan con 88,2k seguidores en instagram ,1587 en Tiktok, donde son muy activos.

En cuanto a atención al cliente igual que en banoffee bcn tienen un formulario en su página web para contactar con ellos.

ANALISIS SEO, SEM Y RRSS DE MALABABA

SEO:

El sitio web tiene una puntuación de autoridad alta de 32 y recibe 19K tráfico orgánico y 1.7K tráfico pagado.
La mayoría del tráfico (94%) es de España, con algo de tráfico de los Estados Unidos y Francia.
Hubo un pico en el tráfico orgánico de febrero a marzo 2022, y un pico en el tráfico pagado en octubre de 2022.
Las mejores palabras clave para el sitio web están relacionadas con su marca y sus productos como Totita(tipo de bolso), jarrones(venden este producto), Cilindra(Tipo de zapato) y Totona(Nombre de bolso,totina).
La intención de los visitantes del sitio web es principalmente informativa (56,1%) y transaccional (24,1%), con un pequeño porcentaje (7,5%) con fines de navegación.
El sitio web tiene un tráfico de marca estable, con el 48,7% del tráfico procedente de una palabra clave, y el resto del tráfico procedente de otras palabras clave.
El sitio web tiene un buen número de backlinks (5.2K) con la mayoría de ellos siendo enlaces de seguimiento (4.1K) y en su mayoría enlaces de texto (96%).
SEM:

El sitio web tiene campaña de pago solo en España, con 42 palabras clave de pago.

El coste de tráfico para la campaña de pago es de 3.8k, con las palabras clave Malababa, Dosaes, Malababa Madrid, Malababa bolsos, Mala baba y Tacón entre las que tienen más tráfico.
Análisis de tráfico:

El sitio web recibe 33K visitas, con 18,8 mil visitantes únicos, y un promedio de 2,75 páginas por visita.
La duración media de la visita es de 03:11, con un porcentaje de rebote del 52,79%.
En general, Malababa tiene una buena estrategia de SEO y SEM, con una alta puntuación de autoridad y un buen tráfico orgánico y pagado. El sitio web tiene una fuerte presencia de marca, y el perfil de backlinks es fuerte con la mayoría de ellos siendo enlaces de seguimiento. El sitio web también tiene un análisis de tráfico decente con una tasa de rebote de y una buena duración de la visita.

Redes sociales

Malababa cuenta con perfil en Instagram donde tienen 134k seguidores, la marca tiene una estética muy cuidada, con colores pastel, donde se aprecia la madurez de la marca. Instagram es su red social por excelencia, aquí son muy activos. También cuentan con perfil en facebook donde no tienen mucha notoriedad y suben el mismo contenido que en instagram. Resaltar su cuenta en pinterest donde suben fotos de los productos, totalmente diferente a su instagram.

No cuentan con cuenta en Tiktok, quizá todavía no quieren abarcar a ese tipo de audiencia.

Tienen un chat en su página web donde puedes consultar cualquier duda, al igual que un formulario a rellenar.

3.PLAN DE MARKETING DIGITAL

LANDING PAGE

La página tendrá un diseño simple y elegante que resalte los productos de la marca y sea fácil de ver. Para eso usaré de una paleta de colores mínima, un montón de espacio en blanco y tipografía bien espaciada.También debo presentar imágenes de alta calidad de los productos de la marca, ya sea

como un carrusel o formato de cuadrícula. Las imágenes grandes y claras, y dar al visitante una buena idea de cómo se ve el producto en la vida real.

La página también incluirá pruebas sociales, como reseñas de clientes, valoraciones y testimonios para generar confianza y credibilidad con el visitante.

-Llamada a la acción: La página tendrá una llamada a la acción prominente, como "Comprar ahora" o Newsletter , que anima al visitante a tomar medidas y participar con la marca.

-Navegación fácil de usar: La página debe tener un menú de navegación claro e intuitivo que permita al visitante encontrar fácilmente lo que está buscando.

-Capacidad de respuesta móvil.

PERFILES SOCIALES

Como una nueva marca de accesorios dirigida a un público mayoritariamente joven , es importante tener una fuerte presencia en las redes sociales para llegar a mi público objetivo de manera efectiva. Estas son las redes sociales donde creo que tendría que abrir un perfil:

Instagram - Al ser una plataforma altamente visual que es perfecta para mostrar mis productos y promover la imagen amigable de mi marca. También es una plataforma popular entre la generación Z, por lo que es una gran manera de llegar a mi público objetivo.

TikTok - TikTok es una plataforma de redes sociales de rápido crecimiento que es particularmente popular entre la Generación Z. Es una gran plataforma para crear videos cortos y visualmente atractivos que muestran sus productos de una manera divertida y creativa.

Pinterest - Pinterest es una plataforma muy visual que es perfecta para mostrar mis productos de una manera currada e inspiradora. También es una plataforma popular para los amantes de la moda y el diseño, por lo que es genial para mi marca. Me gustaría crear tableros para diferentes colecciones o categorías de productos y compartir contenido inspirador relacionado con mi marca.

Facebook - Aunque Facebook puede no ser tan popular entre la Generación Z como otras plataformas, todavía tiene una gran base de usuarios y puede ser una herramienta valiosa para llegar a un público más amplio.

ANALISIS DAFO

FORTALEZAS

Características y habilidades internas

-Calidad hecha a mano que proporciona singularidad y exclusividad a cada pieza
Fuerte énfasis en la moda, atractivo para los consumidores jóvenes y conscientes de la moda
Patrimonio español, que puede evocar un sentido de autenticidad y creatividad
-Personalización de productos

OPORTUNIDADES

Características y habilidades externas

- Creciente demanda de productos sostenibles y éticamente fabricados, que puedan diferenciar la marca y atraer a consumidores con valores similares
-Expansión en mercados internacionales, capitalización del patrimonio español y atractivo de la moda para llegar a nuevos clientes
-Desarrollo de nuevas líneas de productos o colaboraciones con otras marcas de moda y estilo de vida, que pueden ampliar el alcance de la marca y la base de clientes

F O
D A

-Dependencia de un mercado objetivo único (consumidores jóvenes y conscientes de la moda), que puede limitar la base de clientes potenciales y las oportunidades de crecimiento
-Costes potencialmente altos asociados con la producción artesanal, que pueden afectar la capacidad de la marca para escalar y competir en el precio

Dificultades y limitaciones internas

DEBILIDADES

-Aumento de la competencia de otras marcas de accesorios artesanales y sostenibles, que pueden afectar la cuota de mercado y la rentabilidad de la marca
- Cambios en el comportamiento del consumidor, como un cambio hacia productos de bajo costo, que pueden reducir la demanda de productos artesanales de alta gama de la marca
-Cambios en los hábitos de consumo, que pueden reducir la demanda de artículos de lujo no esenciales como accesorios.

Dificultades y limitaciones externas

AMENAZAS

OBJETIVOS



TARGET

Nuestro público objetivo es personas de moda y conscientes de las tendencias que valoran los accesorios únicos y hechos a mano que rondan los 18-35 años. Están buscando piezas que se destacan y hacen una declaración, y están dispuestos a invertir en artículos artesanales de alta calidad que reflejen su estilo personal. Estas personas aprecian la creatividad y la atención al detalle que se presta a cada uno de nuestros productos, y se sienten atraídos por nuestro compromiso con la sostenibilidad y los métodos de producción éticos. Son seguros, elegantes y siempre a la caza del próximo accesorio imprescindible que los diferencia de la multitud.

BUYER PERSONA



PALABRAS CLAVE

1. Anillos personalizados: Tienen una buena tasa de retorno y alta demanda, y quiero aprovechar este mercado.

2. Pasamontañas: He notado que hay un costo relativamente bajo de la demanda de pasamontañas en España, y quiero ser parte de este mercado

3. Balaclavas: Misma razón anterior, teniendo en cuenta que la gente que sabe de moda, los llama por este nombre.

4. Mers Estudio/Mers Studio: Mi propio nombre de marca, siendo Mers Estudio la versión en español y Mers Studio el nombre oficial.

5. Joyería hecha a mano: Quiero hacer hincapié en el aspecto hecho a mano de mis joyas, y destacar la calidad y el cuidado que se dedica a cada pieza.

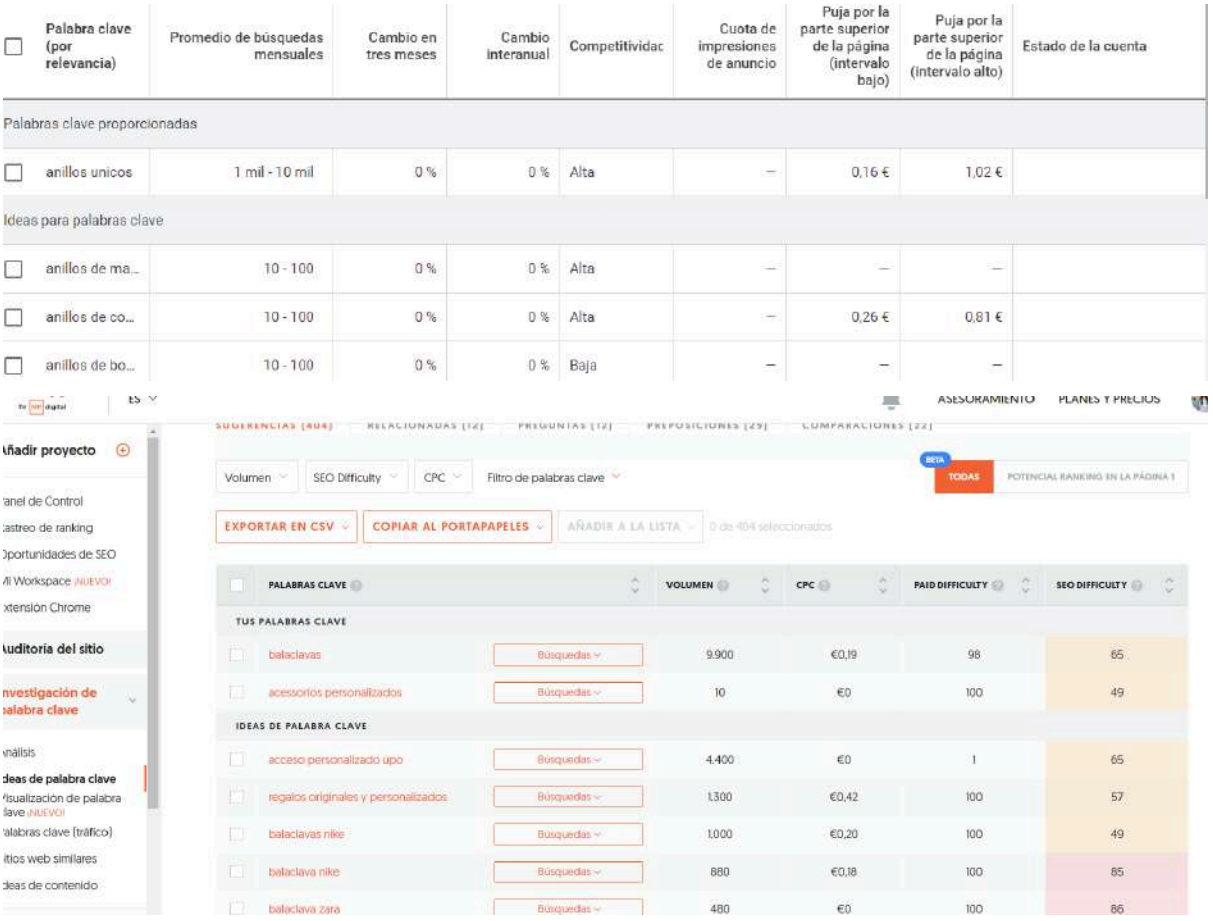
6. Tienda de accesorios: Deseo ofrecer una variedad de accesorios para satisfacer las necesidades y preferencias de diferentes clientes, y posicionar mi marca como una ventanilla única para todo tipo de accesorios.

7. Accesorios hechos a mano con material reciclado: He notado un creciente interés en la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente, y quiero promover mi marca como proveedor de accesorios hechos a mano a partir de materiales reciclados.

8. Balaclavas crochet : Para poder atraer a los clientes que buscan ropa de invierno única y elegante.

9. Bufandas de lana: Quiero especializarme en la fabricación y venta de bufandas de lana, que están en alta demanda durante la temporada de invierno.

10 .Accesorios personalizados:



Palabra clave (por relevancia)	Promedio de búsquedas mensuales	Cambio en tres meses	Cambio interanual	Competitividad	Cuota de impresiones de anuncio	Puja por la parte superior de la página (intervalo bajo)	Puja por la parte superior de la página (intervalo alto)	Estado de la cuenta
Palabras clave proporcionadas								
anillos unicos	1 mil - 10 mil	0 %	0 %	Alta	–	0,16 €	1,02 €	
Ideas para palabras clave								
anillos de ma...	10 - 100	0 %	0 %	Alta	–	–	–	
anillos de co...	10 - 100	0 %	0 %	Alta	–	0,26 €	0,81 €	
anillos de bo...	10 - 100	0 %	0 %	Baja	–	–	–	



EJEMPLOS DE METATAGS

Título: Accesorios hechos a mano de material reciclado - Destaca con tu estilo
Meta Descripción: Eleva tu juego de moda con nuestros accesorios hechos a mano de materiales reciclados. Sé único y consciente del medio ambiente. Explore nuestra colección ahora y haga una declaración.

Título: Eco-Friendly Tienda de Accesorios para Jóvenes Fashionistas - Hecho a Mano y Original
Meta Descripción: Encuentra tu accesorio perfecto en nuestra tienda, donde todas las piezas están hechas a mano con materiales reciclados. Destaca en la multitud con nuestros diseños originales. ¡Compre ahora y muestra tu estilo!

EJEMPLOS DE METATAGS ORIENTADO A SEO EN IMAGENES WEB

Imagen 1: Anillo hecho a mano único

Título: Anillo hecho a mano único - Destaca con estilo | Mers Studio
Meta Descripción: Compra nuestra colección de anillos hechos a mano únicos de Mers Studio, hechos con materiales reciclados para fashionistas conscientes del medio ambiente. Cada anillo está hecho a medida y es único en su especie. ¡Explora nuestra selección !

Imagen 2: Balaclava de crochet hecha a mano

Título: Balaclava de crochet hecha a mano - mantente caliente y elegante | Mers Studio
Meta Descripción: Mantén el calor y haz una declaración con nuestro balaclava crochet hecho a mano de Mers Studio. Hecho con materiales reciclados, cada pieza es única y ecológica. ¡Compra ahora tu accesorio personalizado!

EJEMPLO DE POST Y 3 BLOGS

POST

Título: "Accesorios artesanales : el futuro de la moda"

En los últimos años, se ha visto un creciente movimiento hacia la moda sostenible y ética. Los consumidores son cada vez más conscientes del impacto medioambiental de sus compras y buscan marcas que se alineen con esos valores. Los accesorios hechos a mano con materiales reciclados son un ejemplo perfecto de esta tendencia.

En Mers Studio, nos especializamos en crear accesorios únicos y llamativos utilizando materiales reciclados. Creemos que la moda no solo tiene que ser bonita, sino también hacer el bien para el planeta. Mediante el uso de materiales reciclados, somos capaces de reducir los residuos y crear productos que son sostenibles.

Si deseas hacer una declaración de moda y al mismo tiempo apoyar un futuro más sostenible, echa un vistazo a nuestra colección de accesorios hechos a mano. Cada pieza está hecha a medida y es única en su especie, por lo que puedes expresar tu estilo único y al mismo tiempo ser eco-friendly .

Blog 1: Eco Princess
Pitch: "Marcas de moda sostenible marcando la diferencia: una historia para contar"

Blog 2: Fashionista
Pitch: "Por qué los accesorios hechos a mano son el futuro de la moda"

Blog 3: Asuntos plateados
Pitch: "Cómo los accesorios hechos a mano de materiales reciclados están cambiando la industria de la moda"

ESTRATEGIA DE CONTENIDOS

En cuanto a los criterios temáticos de la web me quiero centrar en :

- Experiencia del usuario: Fácil de navegar, se carga rápidamente y tiene un diseño limpio y moderno.
- Branding: Colores de marca (pastel), logotipo y otros elementos para crear una apariencia consistente en todo el sitio web. a
- Funcionalidad: Carrito de compras, la barra de búsqueda y los formularios de contacto, funcionales y fáciles de usar.
- Seguridad: Web segura, con el cifrado SSL y otras medidas de seguridad para proteger los datos del usuario.

Contenido específico de lanzamiento:

- LandingPage : Se muestran los accesorios de manera llamativa. Con una navegación fácil a las páginas de productos.

- Página: Dejar claro visualmente por qué destaca en el mercado y cómo se hacen nuestros accesorios.

- Páginas de productos: Presentación de productos con imágenes de alta calidad, descripciones detalladas y reseñas de clientes. Se resaltan los aspectos sostenibles de los productos, como el uso de materiales reciclados o métodos de producción éticos.

- Blog: Publicaciones informativas y atractivas que proporcionen valor a mi público objetivo, como consejos, tendencias de moda o guías de productos. Se comparten en las redes sociales para atraer tráfico al sitio web.

- Publicaciones en redes sociales: Promocionar los productos, publicaciones en blogs y otros contenidos. Compartir contenido generado por usuarios e interactuar con nuestros seguidores para crear una comunidad alrededor de la marca. Usar hashtags y otras tácticas para aumentar la visibilidad y llegar a un público más amplio.

ESTRATEGIA LEADS DE CALIDAD

Objetivo: Aumentar los leads a 50 para junio de 2023

Acciones: Ofrecer un descuento del 10% en la primera compra al suscribirse, para ello, lo colocaré a la vista con un color más llamativo al corporativo(Tonos pastel) con el botón de " Consigue tu descuento ahora" en relieve para llamar la atención del visitante.

Canales: Página web y Redes Sociales.

PLAN DE ACCIÓN

Calendarización de objetivos



Calendarización estrategias SEO, Leads y Lanzamiento Landing page



MÉTRICAS KPIS

Para medir el reconocimiento de marca: Tráfico web, engagement en redes sociales, menciones de marca, alcance de anuncios.

Percepción de marca: medir como la marca es percibida por tu público objetivo.
KPIs: Comentarios de clientes, reputación de marca, satisfacción del cliente.

Lealtad a la marca: Medir el nivel de lealtad y retención del cliente.
KPI: clientes recurrentes, valor de vida del cliente, referencias de clientes, tasa de retención.

Medir el valor y la fuerza de tu marca a lo largo del tiempo:
KPIs: Cuota de mercado, valor de vida del cliente.

Compromiso con la marca: Medir el nivel de interacción y compromiso a través de varios canales.
KPIs: Engagement en redes sociales, tasas de apertura y click-through, tasa de rebote de sitios web, tiempo en el sitio.

Ventas: Medir el impacto de sus esfuerzos en las ventas e ingresos KPI: crecimiento de las ventas, ingresos por cliente, tasa de conversión, valor medio de los pedidos.

BIBLIOGRAFIA

https://www.latteandcloset.com/moda/marcas-hechas-en-espana/

https://www.elle.com/es/moda/tendencias/a38879474/firmas-espanolas-accesorios-bolsos-cinturones-gorras/

https://www.cyberclick.es/numerical-blog/objetivos-de-un-plan-de-marketing-10-ejemplos
https://susmies.com/
https://es.semrush.com/analytics/traffic/overview/?q=malababa.com&searchType=domain&device=desktop&currency=usd&highlightedQuery=malababa.com&protocol=https
https://es.semrush.com/analytics/traffic/overview/?searchType=domain&q=susmies.com
https://www.malababa.com/es/new-in#/5f9d53d3-269c-4abf-b878-6c0c333d4456/fullscreen/autofilters=true&page=1&query=cil&query_name=fuzzy&rpp=20
www.canva.com
https://banoffeebcn.com/
https://www.instagram.com/banoffee_bcn/
https://www.facebook.com/banoffeebcn
https://banoffeebcn.com/www.pinterest.es/banoffeebcn
https://www.instagram.com/malababa_com/
https://www.facebook.com/malababa
https://www.malababa.com/es/new-in#/5f9d53d3-269c-4abf-b878-6c0c333d4456/fullscreen/autofilters=true&page=1&query=cil&query_name=fuzzy&rpp=20
https://www.instagram.com/susmiescollection/
https://www.pinterest.es/susmiescollection/
https://www.tiktok.com/@susmiescollection