

# Guía Estratégica de Branding y Ventas

**Cliente:** Moda's Boutique

**Objetivo general:** Posicionar a Moda's Boutique como referente de elegancia y exclusividad en San Miguel, fidelizando a una clientela con alto poder adquisitivo y creando una experiencia de compra aspiracional.

## FASE 1. PREPARACIÓN ESTRATÉGICA

Objetivo: Establecer las bases del relanzamiento, generar expectativa y garantizar un inicio impecable.

### ► Paso 1. Conclusión del Branding

Confirmar el logo definitivo y la tipografía para la palabra "Boutique".

**Acción:**

Crear versión final para desarrollar plantillas de redes sociales y material de marca.

### ► Paso 2. Transformación Física

- Renovar la fachada y el mostrador.
- Incorporar plantas y maceteros en la entrada y área de Live Shopping.
- Apariencia del interior de la boutique

**Acción:**

Supervisar la pintura y montar el set de transmisión (espejo, iluminación y ambientación natural, disminución de mercadería, cambio de viñetas, detalles decorativos).

### ► Paso 3. Logística Digital

Definir protocolo de atención y envío en ventas online.

Organizar redes sociales

**Acción:**

- Crear lista actualizada de precios y stock para productos que se presentarán en Live Shopping. Integrar la guía en el flujo actual de WhatsApp.

- Mejorar el perfil, el feed, logo, portado, editar publicaciones con algunos errores
- Crear y publicar contenido expectativa

## Paso 4. Primer Teaser

Iniciar campaña de expectativa (mostrar concepto, no productos).

**Acción:** ,

Publicar un Reel con un vistazo parcial de la fachada o el mostrador, cerrando con un “countdown” de 2 días hacia el lanzamiento.

## FASE 2. LANZAMIENTO Y TRACCIÓN

Dar a conocer la nueva imagen, convertir la expectativa en ventas y consolidar el Live Shopping como canal de referencia.

### ► Paso 1. La Gran Revelación

- Presentar oficialmente el nuevo logo en todas las plataformas.
- Realizar el Live Shopping inaugural bajo el tema “*La Nueva Era de Moda’s Boutique*”.

**Acción:**

Mostrar la transformación física (fachada, mostrador, set de Live) y exhibir los primeros 5 looks completos.

### ► Paso 2. Primera Conversión

Convertir espectadores en compradores inmediatos.

**Acción:**

Enviar mensaje de agradecimiento con código de descuento exclusivo para la primera compra.

### ► Paso 3. Visibilidad Sostenida

Mantener impulso posterior al lanzamiento.

**Acciones:**

- Publicar carrusel de fotos profesionales con los looks mostrados en el Live.
- Segundo Live Shopping temático: *“Vestidos de Gala para Eventos Especiales”*.
- Enviar mailing con las prendas más vendidas de la semana.

## Fase 3. Consolidación y Comunidad

Fidelizar clientes, aumentar el ticket de compra y construir un sentido de pertenencia.

### ► Paso 1. Experiencia Exclusiva

Introducir tarjetas de cliente frecuente y tarjetas de regalo recargables.

#### **Acción:**

Comunicar en tienda y redes que cada compra acumula puntos en la tarjeta VIP.

### ► Paso 2. Marketing de Contenido

Posicionar a la boutique como autoridad en estilos elegantes

#### **Acciones**

- \* Publicar Reel educativo: *“3 Formas de Cuidar Prendas de Lujo”*.
- \* Realizar un Live Shopping estilo consultivo: *“Cómo Vestir para la Oficina sin Perder la Elegancia”*.

### ► Paso 3. Alianzas Estratégicas

- Generar convenios con empresas y aliados estratégicos (spas, salones, joyerías, restaurantes, etc).

#### **Acción:**

Elaborar listado de socios potenciales y proponer un plan de colaboración con beneficios cruzados.

## FASE 4. MEDICIÓN Y ESCALA

Evaluar resultados, capitalizar aprendizajes y preparar la siguiente etapa.

## ► Paso 1. Resumen de Cierre

Analizar resultados: ventas, seguidores, engagement, conversiones en Live.

### **Acción:**

Publicar un carrusel con “*Las 5 prendas más vendidas del mes*” o un video con los mejores momentos del live.

## ► Paso 2. Venta Final

Realizar un Live Shopping especial bajo el concepto: “*Venta Secreta – Solo para Conectados*”.

## ► Paso 3. Siguiendo Nivel

Evaluar tácticas y preparar estrategia del segundo mes con base en métricas.

# © ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS

## A. Estrategias de Marca y Posicionamiento

Construir una marca que proyecte exclusividad, estatus y confianza.

### ✧ Lujo Accesible

- Decoración premium en tienda (logo, mostrador, iluminación).
- Contenido aspiracional en redes (ej. outfits en cafés chic).
- Packaging de regalo (cajas elegantes, notas personalizadas).

### ✧ Autoridad en Moda

- Publicar guías de estilo (ej. *Cómo Vestir para un Matrimonio en Jardín*).
- Educar en Live Shopping sobre telas, cortes y cuidado de prendas.
- Crear glosario de moda en redes.

### ✧ Branding Invisible

- Coherencia visual en Instagram, Facebook y WhatsApp.
- Uso del logo en todas las piezas de comunicación.
- Voz de marca consistente: sofisticada, amigable y segura.

## B. Estrategias de Ventas y Fidelización

Convertir curiosos en clientes y clientes en embajadores.

### ✧ Live Shopping Experiencial

- Establecer horario fijo (ej. miércoles 7 PM).
- Promocionar con pauta pagada en redes.
- Incluir urgencia y sorpresa en cada sesión.

### ✧ Incremento del Ticket de Compra

- Venta cruzada en tienda y Live (ropa + accesorios).
- Paquetes de estilo con descuentos.
- Asesoría personalizada en tienda.

### ✧ Fidelización Inteligente

- Lanzar tarjeta de cliente frecuente *Club Moda's*.
- Tarjeta de regalo recargable.
- Beneficios especiales en cumpleaños o aniversarios.

## C. Estrategias de Crecimiento y Alcance

Ampliar mercado, generar visibilidad y nuevas alianzas.

### ✧ Marketing de Contenido Atractivo

- Reels mostrando prendas en movimiento.
- Dinámicas en historias: “Pregúntale a la Experta”.
- Contenido de “detrás de cámaras” para humanizar la marca.

### ✧ Alianzas Estratégicas

- Colaboraciones con spas, salones, cafés y restaurantes.
- Eventos conjuntos o promociones cruzadas.
- Showrooms privados con micro-influencers.

### ✧ Optimización del Canal de Venta

- Catálogo de WhatsApp con fotos profesionales.
- Perfil actualizado en Google My Business.
- Incentivar reseñas positivas de clientes.

# © ESTRATEGIA DE Δ LIVE SHOPPING

## ※ Fase 1. Pre-Evento

- Invitaciones físicas premium a influencers y presentadores.
- Campaña digital con pauta ADS (expectación + evento en vivo).
- Anuncio en redes de invitados especiales.

## ※ Fase 2. Evento

- Set profesional con música lounge y ambientación elegante.
- Presentador principal (vendedora) + influencers modelando.
- Dinámicas: sorteo de lujo, descuentos exclusivos por 24 horas.
- Presentación oficial de tarjetas VIP y de regalo.

## ※ Fase 3. Post-Evento

- Seguimiento personalizado a asistentes.
- Publicación de resumen visual del evento.
- Medición de métricas (alcance, interacciones, ventas, seguidores).