

# Memoria Proyecto Feria Valencia

Adrián Murillo Daw 1

## 1. Objetivos del proyecto

Mi objetivo principal fue crear una campaña de email marketing atractiva y funcional para Feria Valencia, enfocada en promocionar eventos y sorteos, como el sorteo de entradas para el GP de motociclismo de Cheste. Quise desarrollar un diseño visual impactante y responsive que garantizara una buena experiencia tanto en dispositivos móviles como en escritorio. También busqué facilitar la participación de los usuarios mediante formularios integrados y llamadas a la acción claras, así como mejorar la conexión con los usuarios a través de la integración con redes sociales.

## 2. Análisis y público objetivo

Mi público objetivo fue aficionados a eventos feriales, especialmente aquellos interesados en el motociclismo y actividades culturales en Valencia, mayormente jóvenes y adultos. Analicé que la mayoría de este público utiliza dispositivos móviles para consultar correos, por lo que el diseño responsive fue una prioridad. Decidí usar un tono visual dinámico con colores que reforzaran la identidad de Feria Valencia para generar confianza y reconocimiento de marca.

## 3. Diseño y justificación

Para el diseño usé una paleta de colores corporativos rojos (#C70039 y #E43939) que fortalecen la identidad visual. Opté por un diseño minimalista y limpio, con bloques bien diferenciados para facilitar la lectura. Incorporé imágenes relevantes y botones claros para potenciar la llamada a la acción (CTA). Utilicé MJML para asegurar la compatibilidad y adaptabilidad en los clientes de correo más populares. Justifiqué este enfoque para atraer visualmente sin saturar, facilitando así la conversión y participación.

## 4. Solución técnica

Utilicé MJML para desarrollar el correo electrónico, lo que me permitió escribir un código limpio y optimizado para emails. Organicé el contenido con secciones (`mj-section`) y columnas (`mj-column`), usé imágenes con tamaños fijos y alineaciones que mantienen el diseño responsive. Implementé botones (`mj-button`) con enlaces directos al formulario de inscripción. También añadí iconos sociales (`mj-social`) para integrar Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y YouTube. Validé y probé el correo para asegurar su funcionamiento en múltiples plataformas.

## 5. Test de usuarios

Realicé pruebas con usuarios reales para validar la legibilidad y funcionalidad del correo. Verifiqué que los formularios vinculados enviaran correctamente los datos y registraran a los participantes. Analicé métricas de apertura, clics y conversiones usando herramientas de email marketing. El feedback fue muy positivo respecto al diseño visual y la claridad de la llamada a la acción. Tras estas pruebas, hice pequeños ajustes en los espacios y tamaños de botones para mejorar la experiencia en móviles.

## 6. Integración con redes

Incluí botones sociales que permiten a los usuarios conectar directamente con las redes oficiales de Feria Valencia. Planeo que la campaña se amplifique también a través de publicaciones en estas plataformas para aumentar el alcance. Me aseguré de que los enlaces a las redes sociales fueran seguros, actualizados y representativos. Esta integración fortalece la presencia digital y facilita la interacción con el público en distintos canales.

## 7. Conclusiones y posibles mejoras

Considero que la campaña diseñada cumplió con los objetivos iniciales, promoviendo eficazmente el evento y aumentando la participación en el sorteo. El uso de MJML me permitió desarrollar de manera ágil y con buena compatibilidad, simplificando la creación de emails adaptativos. La integración social reforzó la imagen de Feria Valencia

y amplió los canales de comunicación. Para futuras mejoras, pienso implementar analíticas más detalladas para seguimiento en tiempo real, personalizar el contenido según segmentos de público, incluir versiones dinámicas o interactivas, y optimizar la accesibilidad para usuarios con discapacidades.

## **8.Link de mi github:**

<https://github.com/Adr053/Feria-Valencia.git>