

RETO FERIA VALENCIA

SUPUESTO 4



FERIA VALENCIA

ÍNDICE

1. ANALISIS Y PLANIFICACIÓN
2. DISEÑO
3. TEST CON USUARIOS
4. DESARROLLO Y ENVÍO DE CORREOS
5. INTEGRACIÓN CON REDES SOCIALES
6. CONTROL DE VERSIONES CON GITHUB
7. PERSONALIZACIÓN DEL CORREO MJML
8. VERIFICAR COMPATIBILIDAD CON DIFERENTES CLIENTES DE CORREO
9. DOCUMENTACIÓN FINAL

1. ANÁLISIS Y PLANIFICACIÓN

Análisis de requerimientos:

Analizando el mercado, hemos dividido al público en distintos grupos:

- Público en general (se encuentra en los 30 años aproximadamente).
- Asistentes a los circuitos (El 70% del público presencial tiene menos de 35 años)
- Plataformas digitales y redes sociales (En estos canales, el 60% de los fans de MotoGP tienen menos de 35 años, y el 62% se encuentra entre los 18 y los 34 años.)

Teniendo en cuenta estos 3 grupos, nos damos cuenta de que tenemos que enfocar la campaña a un público juvenil.

DAFO y competencia:

Fortalezas:

- Alto interés del premio: El sorteo de entradas e MotoGP es un gancho potente y de alto valor, sobre todo para el público de una feria de motos. Va a generar bastante interés por el newsletter.
- Conexión temática: Existe una conexión bastante visible entre una feria de motos y un evento de motos, lo que hace que los amantes de las motos tengan más en cuenta el sorteo.

Debilidades:

- Dependencia del sorteo: Si la newsletter se centra exclusivamente en el sorteo, va a haber gente que no preste tanta atención a la feria. Para mantener el interés una vez finalizado el sorteo habría que dar información adicional en el newsletter acerca de la feria para que los amantes de las motos vean que es un lugar que les puede ser de interés.

- Estacionalidad: Obviamente, va a haber más interés en las fechas del sorteo y el evento que en otros momentos, lo que puede provocar un pico en ese evento y un descenso en otros momentos.

Oportunidades:

- **Contenido de Valor Añadido:** Se puede introducir contenido relevante sobre el mundo de la moto y el ciclo (novedades del sector, tendencias, consejos de seguridad, entrevistas) para enriquecer la newsletter y retener a los suscriptores.
- **Segmentación del Público:** El sorteo permite identificar un segmento de público específico (interesados en competición de alto nivel) al que se le puede enviar contenido más personalizado en el futuro.

Amenazas:

- **Fatiga de Email:** Los usuarios están expuestos a una gran cantidad de emails promocionales; el newsletter podría ser ignorado si no ofrece valor constante.

Objetivo de la campaña:

El objetivo primordial de esta campaña de newsletter es captar una base de datos cualificada de potenciales visitantes apasionados por el mundo de las motos y los ciclos, para convertirlos en asistentes a la Feria de Motos y Ciclos de Valencia.

A parte del objetivo principal, hay unos objetivos secundarios como aumentar la base de datos de leads, generar expectación y conocimiento de la marca, impulsar la venta de entradas a la feria entre otros objetivos secundarios.

2. Diseño

Mockup:

Para hacer el mockup, he utilizado las herramientas de Figma. A la hora de hacer el mockup me he centrado en plasmar como quiero que se vea la cabecera/footer, lo demas lo he dejado en prototipado con cuadros de imagenes y lorem Ipsum. El mockup de este supuesto es el siguiente:



Responsive avanzado con MJML:

En este supuesto no he visto mucho para hacer responsive. MJML es un lenguaje que de por sí ya se encarga de ser responsive. Igualmente, he usado un media queri para hacer responsive el botón de participa aquí. Cuando estaba revisando un poco el diseño, al hacerlo pequeño del todo vi que el botón descuadraba toda esa sección y hacía que se quedara la mitad del texto fuera de la pantalla.

Para arreglarlo simplemente he hecho un media queri que tenga el tamaño que le había puesto inicialmente, pero si la pantalla era inferior a 320 píxeles, el botón se adaptaría para ocupar el 80% de la pantalla en vez de los píxeles que tiene predefinidos.

3. TEST CON USUARIOS

Selección de muestra:

Para la selección de muestra, los usuarios que han aportado feedback sobre el proyecto constan desde alumnos y profesores a amigos que me aportan feedback objetivo para que el proyecto llegue en su mejor forma a la fase final.

Se les adjunto un enlace de un Google Forms el cual era un cuestionario sobre varios aspectos de la newsletter, ellos puntúan del 1 al 5 cada aspecto propuesto en la encuesta.

De momento no se ha hecho un rediseño de la newsletter, pero sigo abierto a recibir críticas constructivas que enriquezcan el proyecto.

4. DESARROLLO Y ENVÍO DE CORREOS

AWS EC2 + mjml + node.js:

El desarrollo y envío de correos de este proyecto ha sido todo un reto. Nos han dispuesto de una cuenta de AWS para aprender a utilizarla y así poder hacer esta tarea.

Para empezar, tuve que aprender a manejar aws y su servicio ec2. Hay que iniciar el laboratorio, luego lanzar una instancia ec2 y a partir de ahí trabajar dentro de ella. La instancia ec2 es la máquina virtual Ubuntu donde he realizado el trabajo. Para trabajar desde esta máquina he tenido que conectarme con ssh.

Una vez dentro de la maquina lo primero que he hecho ha sido instalar MYSQL. He creado una base de datos donde guardo el nombre, el correo y la ciudad donde vive mi cliente. Para trabajar con MySQL también he creado un usuario, es muy importante para la seguridad y funcionamiento de la aplicación. Con esta base de datos creada podemos estar tranquilos de que les va a llegar a nuestros clientes nuestras newsletters.

Posteriormente, se instaló Node.js y npm, y se creó la estructura de la aplicación Node.js en una carpeta. Esta aplicación utiliza las librerías nodemailer (para el envío de correos), mysql2 (para la interacción con la base de datos) y mjml (para compilar las plantillas de correo). La lógica principal reside en app.js, que es el orquestador: se conecta a la base de datos para **leer los datos de los clientes**, carga la plantilla newsletter.mjml, y luego, a través de emailService.js (donde se configura el transportador SMTP con las credenciales de Gmail/O365 obtenidas de un archivo .env por seguridad), envía el correo personalizado a cada cliente.

Cabe comentar que el archivo .env tiene una importancia clave a la hora de enviar los correos. En este archivo guardamos información desde la base de datos que tenemos hasta el correo y la contraseña del remitente.

Una vez ya está todo configurado, solo queda ejecutar el comando node app.js (en este caso, app.js es el nombre de mi script. Si tienes otro nombre de script pon el tuyo). Este comando lo que hace es recoger la información de la base de datos y enviar el correo a cada usuario de esta.

Antes de enviar correos a toda la base de datos, he realizado pruebas con una cuenta propia de gmail y de outlook para comprobar que funciona perfectamente. Los correos lastimosamente se van a la carpeta de spam directamente y hay que clicar la opción de que es fiable. En caso de no hacer esto, las imágenes de la newsletter no cargaran por motivos de seguridad de las propias aplicaciones gestoras de correos.

5. INTEGRACIÓN CON REDES SOCIALES

Búsqueda de integración con redes sociales:

A la hora de integrar el supuesto 4 a las redes sociales, se ha hecho bastante sencillo. Teniendo en cuenta que el público al que estoy dirigido es joven, la mayoría del público tiene casi todas las redes sociales.

La primera opción que se me vino a la mente fue TikTok. Esta red social es una fuente de dopamina instantánea y, no hace falta que busquen algo relacionado al video para que les haga llegar el video. Simplemente con una buena utilización de hashtags el video les llegará a las personas indicadas.

Lo bueno del contenido vertical es que se puede reciclar en otras plataformas. El mismo video también será publicado en instagram reels y en youtube shorts. Con esto, ya están cubiertas las redes sociales de difusión más importantes actualmente.

6. CONTROL DE VERSIONES CON GITHUB

Repositorio:

A la hora de tener un seguimiento de control de versiones y guardado del proyecto, estoy usando un repositorio de GitHub. El enlace del repositorio es el siguiente:

<https://github.com/ElErreErre/PracticasFeriaValencia>

La gestión de versiones se realiza de forma eficiente a través de la extensión integrada de Git en Visual Studio Code, lo que agiliza el seguimiento de cambios y la colaboración.

Se realizan commits regulares, casi diariamente, dependiendo del trabajo que se haya avanzado ese día. Normalmente el primer commit de un supuesto lo realizo cuando he acabado la primera versión de este, luego los demás commits vienen cuando veo que necesito hacer un cambio para mejorar la calidad del supuesto ya sea porque me he dado cuenta o por el feedback recibido.

7. PERSONALIZACIÓN DEL CORREO MJML

La primera vez que utilicé AWS ec2 y envié el primer correo MJML con node.js, cuando recibí el correo me di cuenta de que solo recibí el archivo MJML. Al darme cuenta de esto, me puse a investigar como poder poner mensajes personalizados a la hora de enviar el correo.

Para poder personalizar el asunto tenemos que definir un STRING en el script app.js. Este script es el que se encarga de enviar el correo. Para poder tener personalización para cada persona, en el texto podemos poner parámetros como {nombre}. Estos parametros captan la información de la base de datos para hacer un mensaje personalizado adaptado al receptor del correo.

8. VERIFICAR COMPATIBILIDAD CON DIFERENTES CLIENTES DE CORREO

La verificación ha sido con gmail y con outlook. He evitado las opciones de MJML que no funcionan en outlook como los gifs o el carrusel para que la compatibilidad sea al 100%.

9. DOCUMENTACIÓN FINAL

Guía de usuario:

Para tener la oportunidad de ganar, solo tienes que seguir estos sencillos pasos:

1. **Abre tu Newsletter:** Busca en tu bandeja de entrada el correo de Dos Ruedas con el asunto "¡Participa en el Sorteo de Entradas para Cheste!" o similar. Asegúrate de revisar la carpeta de spam si no lo encuentras.
2. **Lee la Información del Sorteo:** Dentro de la newsletter, encontrarás todos los detalles sobre el sorteo de las entradas para el GP de Cheste. ¡No te pierdas los requisitos y la fecha límite!
3. **Haz Clic en el Botón "¡Participa Aquí!":** Al final de la newsletter, verás un botón destacado con el texto "¡Participa Aquí!". Haz clic en él para acceder al formulario de inscripción.

4. **Rellena el Formulario:** Serás redirigido a una página donde deberás cumplimentar el formulario de participación. Asegúrate de rellenar todos los campos obligatorios con tus datos correctos. **Recuerda:** Solo serán válidas las participaciones de aquellos que cumplimenten el formulario de las entradas a la feria **antes del 1 de septiembre.**
5. **Confirma tu Participación:** Una vez enviado el formulario, es posible que recibas un correo de confirmación. ¡Guárdalo como prueba de tu participación!

Informe final del proyecto:

Los objetivos de este proyecto es atraer a nuevos usuarios amantes de las motos/ciclos a la feria. Para ello vamos a realizar un sorteo de 2 entradas al evento más importante de MotoGP del año.

El público al que va dirigida esta campaña es un público juvenil. Para darnos a conocer, no solo hemos usado la newsletter, también nos hemos integrado en redes sociales para llegar más fácilmente a este público.

El diseño es bastante simple. He buscado la simpleza y el resumirlo para que el usuario que esté leyendo la newsletter no pierda el foco rápidamente y se entere del tema de la newsletter.

Lo más resaltable del proyecto ha sido el envío de correo con

Para acabar, los usuarios que han realizado los test han sido de gran utilidad con su feedback completamente objetivo. Gracias a ese feedback se ha podido mejorar los puntos flojos de la newsletter y hacer que mejore la calidad de esta.