

RETO FERIA VALENCIA

SUPUESTO 1



FERIA VALENCIA

ÍNDICE

- **ANÁLISIS Y PLANIFICACIÓN**
- **DISEÑO**
- **TEST CON USUARIOS**
- **DESARROLLO Y ENVÍO DE CORREOS**
- **INTEGRACIÓN CON REDES SOCIALES**
- **CONTROL DE VERSIONES CON GITHUB**
- **PERSONALIZACIÓN DEL CORREO MJML**
- **VERIFICAR COMPATIBILIDAD CON DIFERENTES CLIENTES DE CORREO**
- **DOCUMENTACIÓN FINAL**

1. ANÁLISIS Y PLANIFICACIÓN

Análisis de requerimientos:

El Salón del Cómic de València atrae a una diversidad de públicos, cada uno con intereses y necesidades distintas. Identificar estos segmentos nos permitirá adaptar el contenido y el tono del boletín para maximizar su impacto:

- **Visitantes (Público General):** Este es el grupo más amplio y el principal foco de la promoción. Incluye a:
 - Aficionados al cómic, manga, anime y cultura pop.
 - Familias con niños.
 - Compradores y coleccionistas.

Analizando estos tres grupos, la newsletter debe ser concisa y directa al grano. El público general es gente joven interesada en las últimas novedades de cómics y manga, los artistas y creadores más influyentes, las experiencias de videojuegos inmersivos, el *cosplay* espectacular y todo lo que impulse la cultura pop.

DAFO y competencia:

Fortalezas:

- **Posicionamiento Reconocido:** El Salón cuenta con una trayectoria y prestigio en València, atrayendo tanto a un público fiel como a expositores habituales.
- **Oferta Temática Amplia:** Cubre una gran variedad de intereses (cómic, manga, anime, videojuegos, cosplay), lo que le permite conectar con un público muy diverso dentro de la cultura pop.

Debilidades:

- **Interés Estacionalizado:** La atención y el *engagement* del público se concentran mayormente en el periodo cercano al evento, dificultando mantener un interés constante todo el año.
- **Dependencia de Asistencia Física:** El éxito y los ingresos dependen directamente de la presencia de público en el recinto, haciéndolo vulnerable a circunstancias externas.

Oportunidades:

- **Mercado en Expansión:** El creciente interés en el cómic, manga, anime y videojuegos asegura una base de público en constante crecimiento.
- **Alianzas Estratégicas:** Potencial para colaborar con empresas locales, instituciones educativas o de turismo para ampliar el alcance y la oferta del Salón.
- **Uso de Nuevas Tecnologías:** Posibilidad de integrar VR/AR, streaming de paneles o contenido digital interactivo para enriquecer la experiencia y llegar a más gente.

Amenazas:

- **Fuerte Competencia:** Otros salones del cómic, eventos de gaming o convenciones de cultura pop en España compiten por el mismo público y expositores.
- **Contexto Económico Variable:** Posibles crisis económicas o inflación que puedan reducir el poder adquisitivo de los asistentes y los presupuestos de marketing de las editoriales.

Objetivo de la campaña:

El objetivo de la campaña es incrementar la asistencia y el engagement con el Salón del Cómic de València entre el público joven (15-35 años) y, aumentar la venta anticipada de entradas en un 15% mediante una comunicación digital atractiva y directa a través del boletín.

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 demás lo he dejado en prototipado con cuadros de imágenes y lorem Ipsum. El mockup de este supuesto es el siguiente:



Responsive avanzado con MJML:

MJML es un lenguaje de marcado que ya es responsive de normal, pero puede tener algunos fallos.

En mi caso tuve un fallo con un botón y, por eso, decidí hacer un media query en el botón para que se arreglara el problema.

Por lo demás con el responsive de MJML es suficiente.

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 nuestras 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.

Si quieres una información detallada, consulta el documento AWS NODE.JS de mi repositorio de GitHub.

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 parámetros 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:

Abre tu Newsletter: Busca en tu bandeja de entrada el correo de ExpoJove con el asunto "Servicios a Expositores" o similar. Asegúrate de revisar la carpeta de spam si no lo encuentras.

Lee la Información de la Feria: Dentro de la newsletter, encontrarás todos los detalles sobre el salón del Cómic.

Haz Clic en el Botón “Mas información”: Para obtener más información del apartado que lees, haz clic en ese botón.

Informe final del proyecto:

Este proyecto se ha hecho con el objetivo de dar a conocer la Feria tanto a usuarios antiguos como a posibles nuevos usuarios.

Con esta nueva era digital en la que las redes sociales están comiéndose el terreno publicitario, hemos decidido no solo focalizarnos en la newsletter para darnos a conocer, hemos optado por añadir espacios publicitarios en redes sociales de scroll vertical como tiktok e instagram reels para poder llegar a la máxima audiencia interesada posible.

En cuanto al diseño, he querido optar por un diseño minimalista enfocado en diferentes bloques para poder organizar la información lo más cómoda posible.

Lo más resaltable del proyecto ha sido el envío de correo con node.js. Ha sido un desafío aprender desde cero el cómo hacer un programa de envío automatizado de correos a las direcciones de correo alojadas en nuestra base de datos.

Para acabar, los usuarios que han realizado las pruebas 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.