

# Maurizio Miranda Lambrisca

Community manager y publicidad

# Duetori

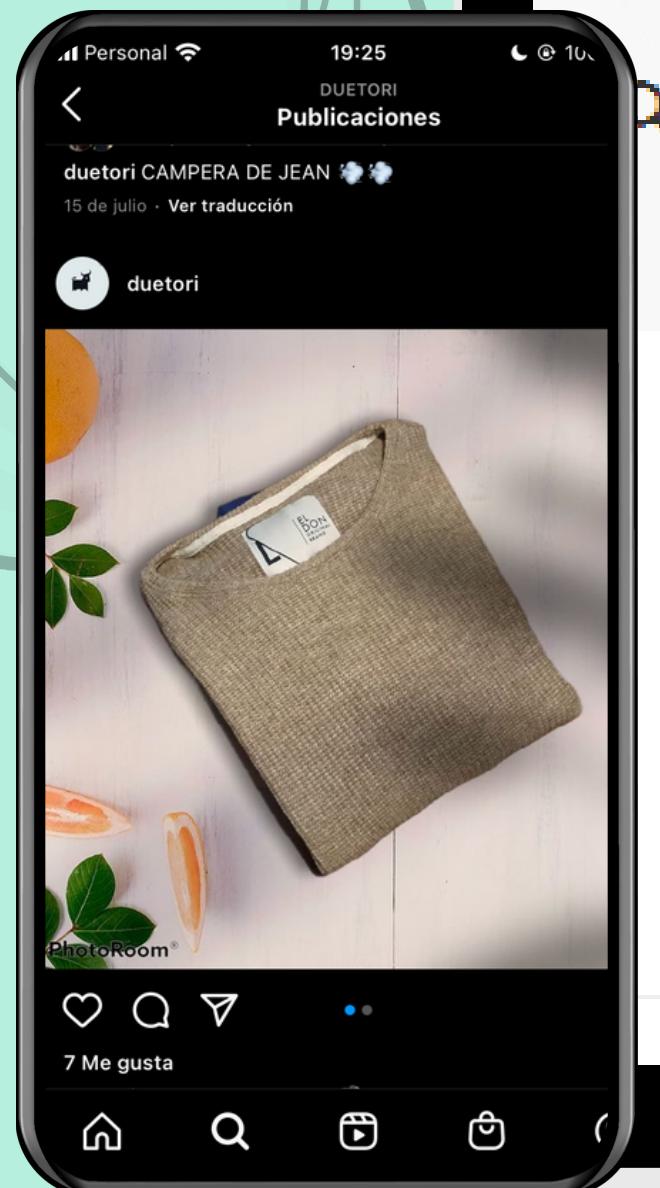
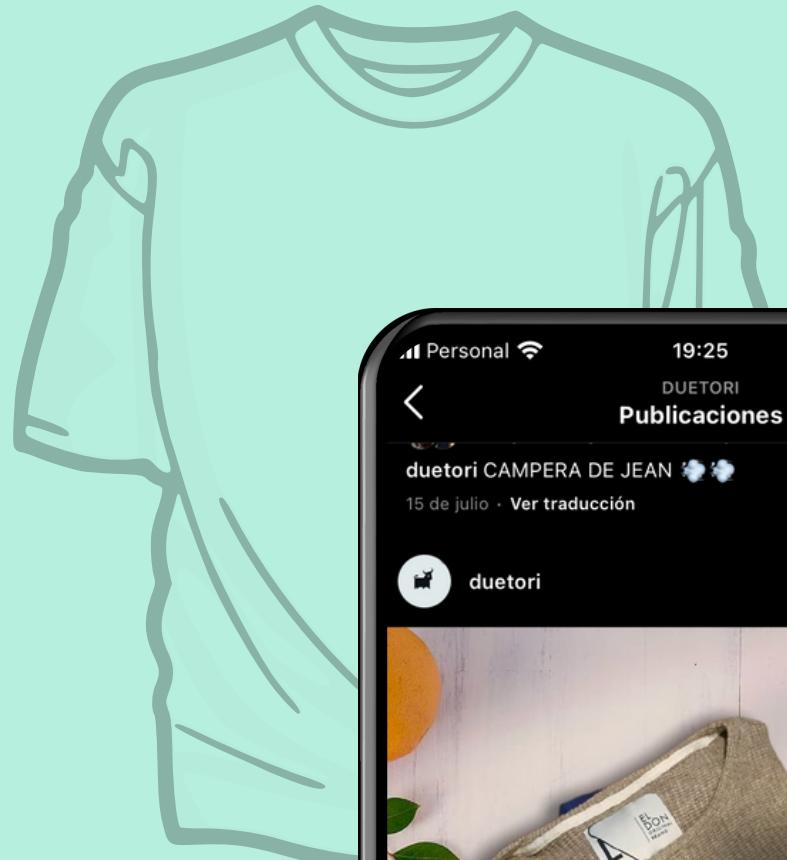
ROPA PARA JOVENES

Un plan de publicidad para una tienda de ropa inexistente.

Hecha para el curso de Community manager y publicidad de Coderhouse

# BRIEF DIGITAL

DUETORI



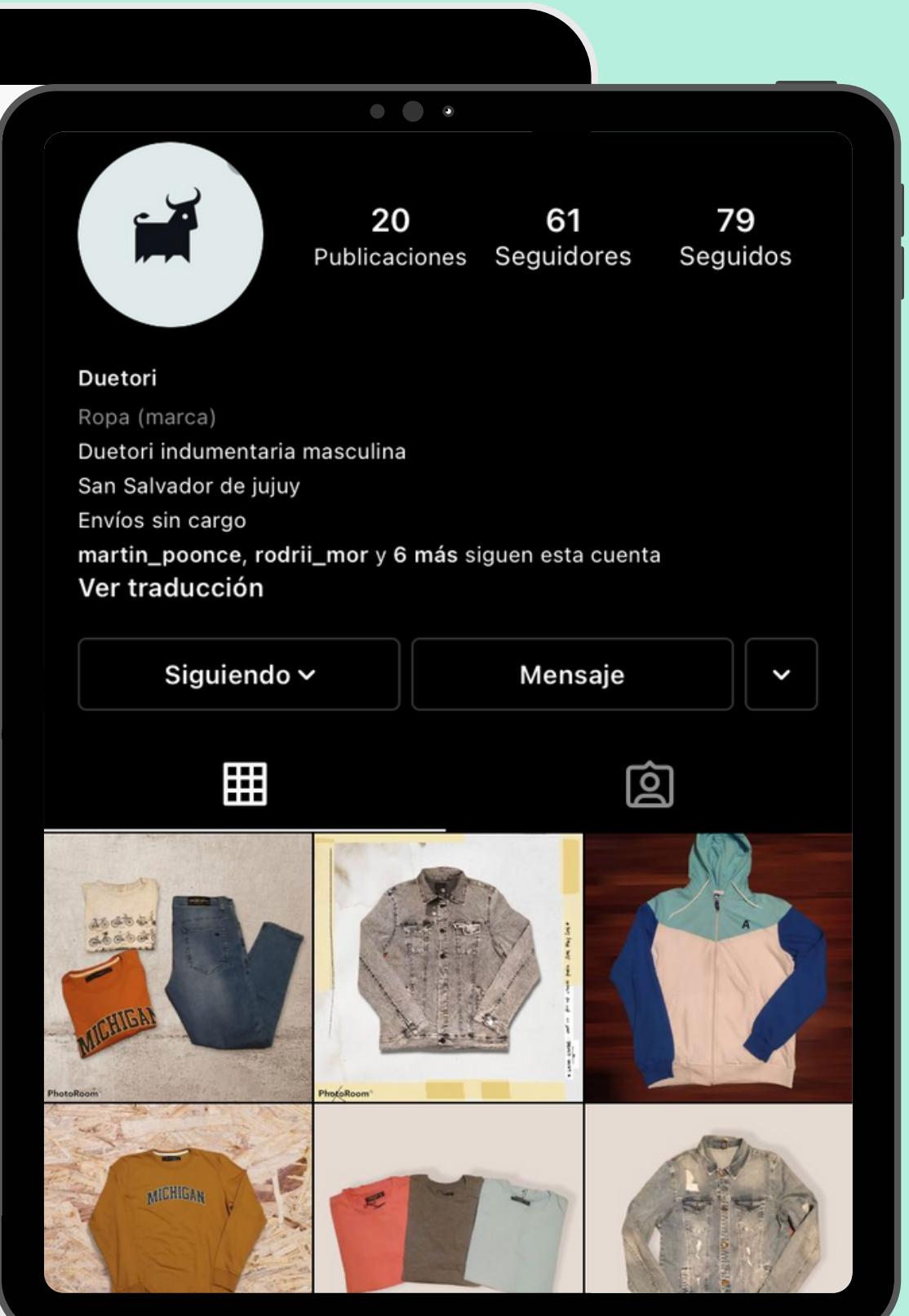
Google  
pantalon

ALL IMAGES VIDEOS NEWS BOOKS

## Los mejores pantalones | mas | Moda

[www.duetori.com.ar/pantalon/moda](http://www.duetori.com.ar/pantalon/moda)

Los mejores pantalones de Jujuy | encontraras aca



# Análisis de situación

## Definición de la empresa

Venta minorista de ropa para personas identificadas con el genero masculino de 18 a 30 años

Canal: Instagram y WhatsApp

Remeras y buzos de algodón y jeans  
Ubicada en San Salvador de Jujuy, Jujuy

## Consumidor

Edad: 23

Sexo: Masculino

Lugar geográfico: San Salvador de Jujuy

Costumbres/intereses: Videojuegos,  
arquitectura, skate y animales

A  
r  
q  
u  
e  
t  
i  
p  
o  
  
C  
i  
e  
n  
t  
e



Joaquín Rivero

Edad: 24 años  
Sexo: Hombre  
Residencia: Jujuy  
Estado civil: Soltero  
Estudiante de Arquitectura



Joaquín Rivero

### PREFERENCIA Y HÁBITOS

- Pasatiempo: Andar en skate, juegos online y sus mascotas
- Pasiones: Arquitectura y animales
- Contenidos digitales: YouTube y Twitch
- Temas sociales de su interés: Criptomonedas, videojuegos, historia arquitectónica.

### HÁBITOS SOCIALES

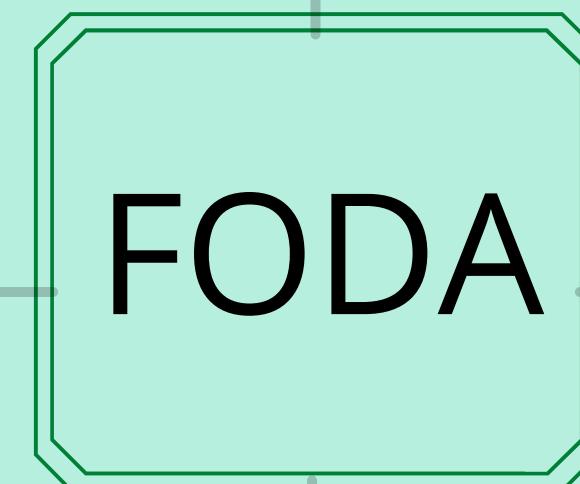
- Redes que usa: Instagram, Facebook, Whatsapp, YouTube y Twitch
- Frecuencia de uso: Promedio de uso del celular de 4 horas y 30 minutos, la mayor parte del tiempo usa Instagram, Facebook lo usa por la facultad y el marketplace. Whatsapp para el chat.
- En instagram sigue a youtubers y streamers como Coscu, Auronplay, Oky, también sigue a comediantes como Grego Rosello, Rodriguez Gaalatti, Nachito Saralegui.

# Fortaleza

- Manejo de redes sociales
- Atención al cliente
- Calidad
- Precios
- Clientes fieles

# Debilidades

- Métodos de pago
- Local físico
- No cuenta con envíos al interior de la provincia de Jujuy
- Mercado chico



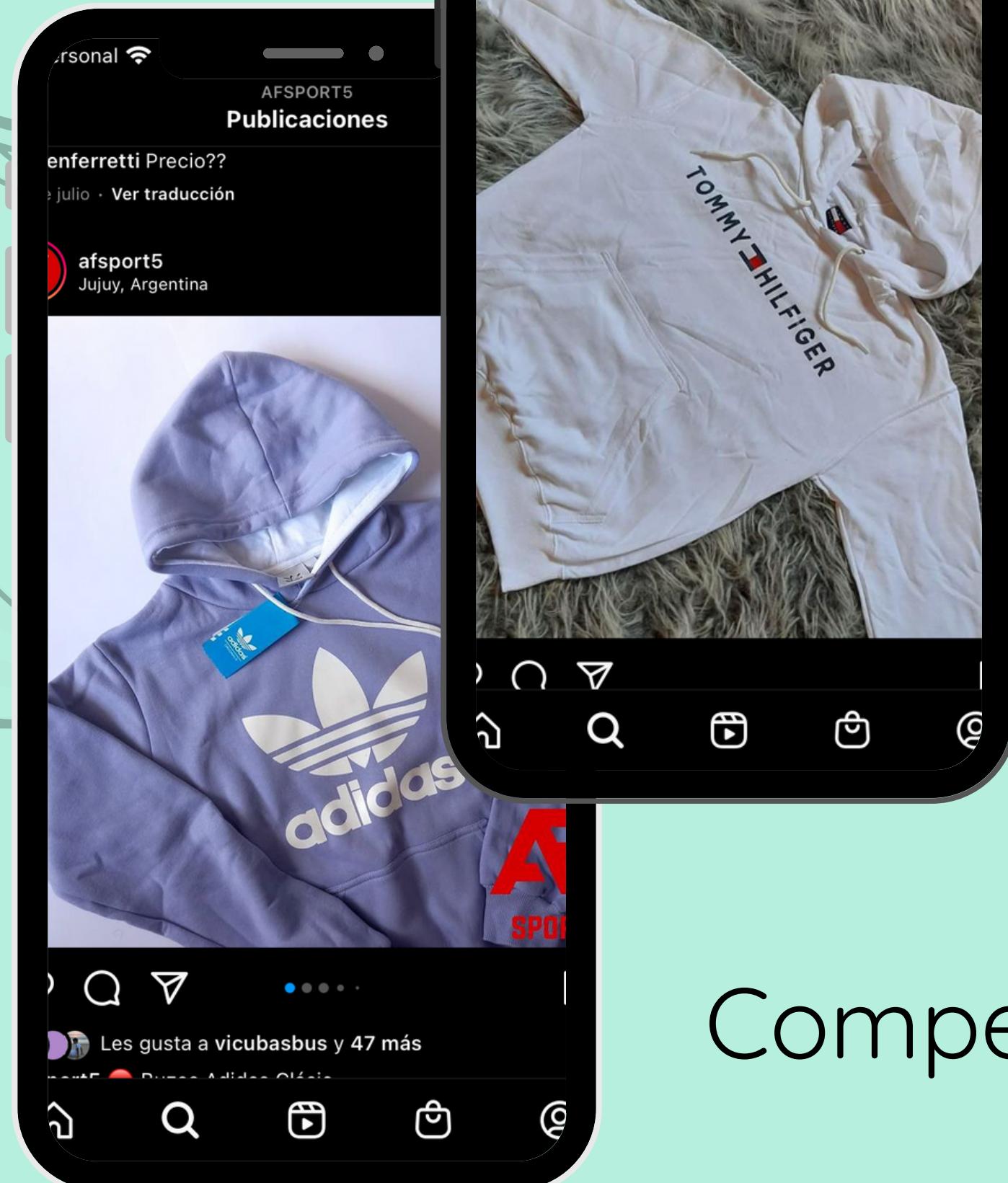
# Oportunidades

- Crecimiento en redes sociales
- Local físico
- Mayor stock
- Abarcar nuevos públicos
- Incluir variedad de productos

# Amenazas

- Empresas mayoristas de ropa
- Empresas con mejores métodos de pago
- Moda pasajera
- Apuntado a un público particular

# Análisis de la competencia



Competidor: AF.sport.5

Competidor: @Lolo.sport.16

Competidor: @Lolo.sport.16



01

## SERVICIO

Cuenta con todos los método de pago

Cuenta con lugar físico

Envios a toda la ciudad de Jujuy

03

## REDES

Canales: instagram

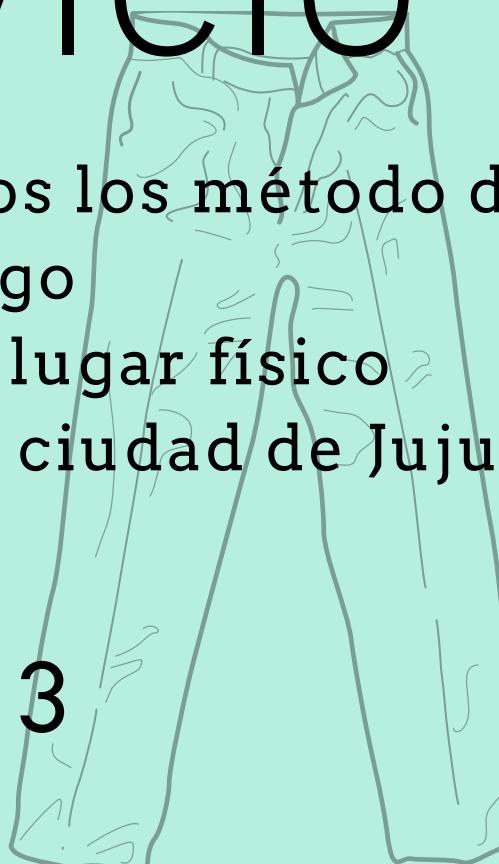
Cuenta con 405 seguidores, promedio de 30 likes, 3 comentarios

02

## PRODUCTO

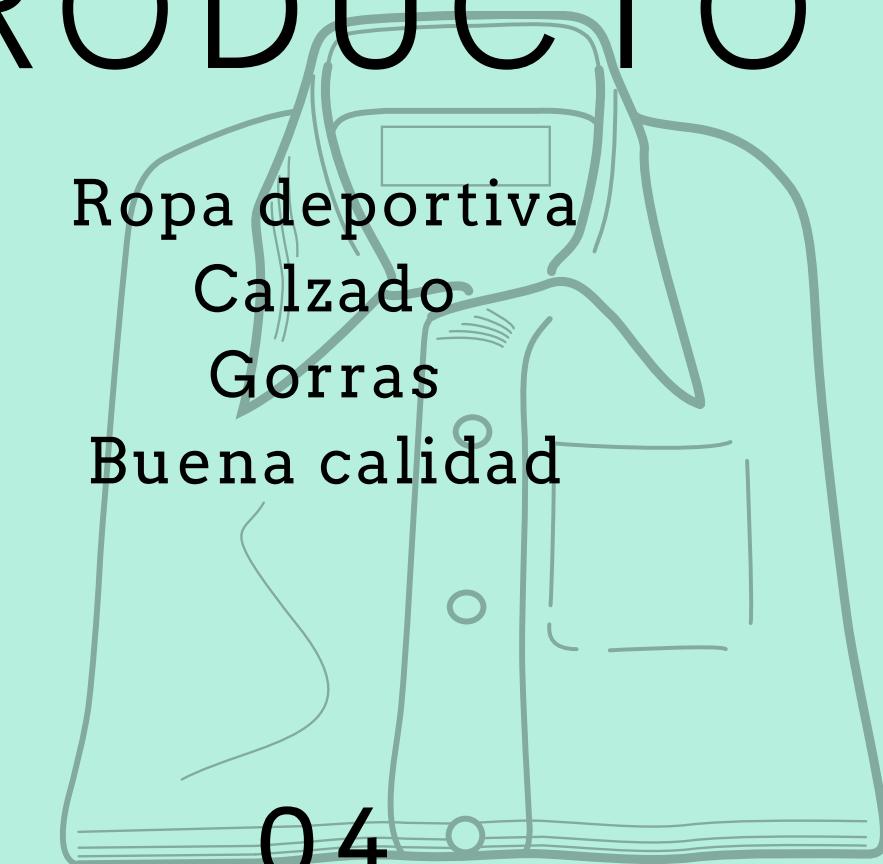
Ropa deportiva  
Calzado  
Gorras  
Buena calidad

04

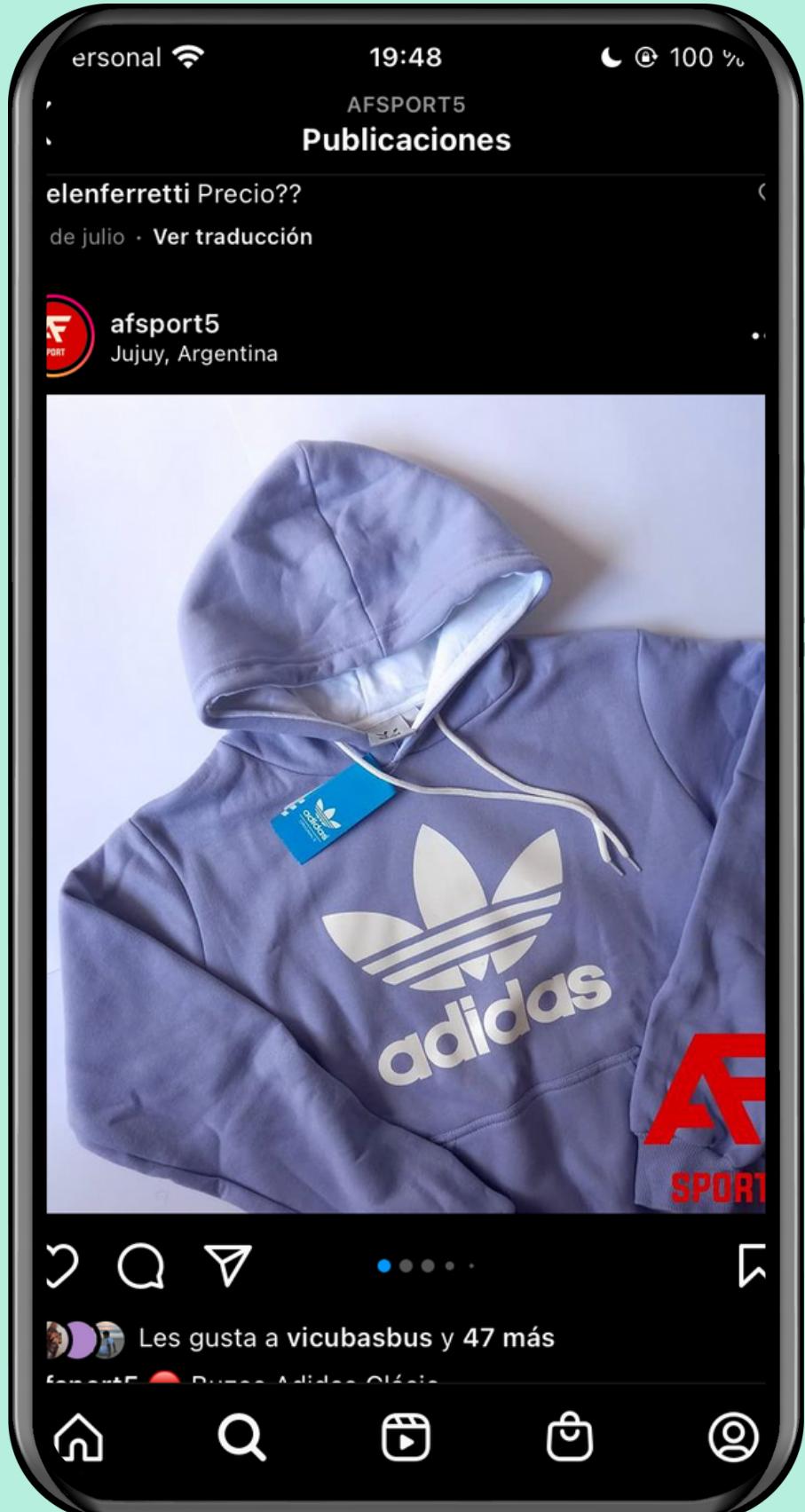


## UBICACION

San Salvador de Jujuy



# Competidor: @afsport5



01

## SERVICIO

Cuenta con un solo método de pago  
No cuenta con lugar físico  
Envios a todo el país

03

## REDES

Canales: Instagram  
Cuenta con 2152 seguidores,  
promedio de 30 likes y pocos  
comentarios

02

## PRODUCTO

Ropa deportiva  
Gorras, gorros  
Muy buena calidad

04

## UBICACION

San salvador de Jujuy

# Análisis del producto



Personas  
identificables con el  
género masculino  
joven de 18 a 30 años



El producto nos permite  
estar bien vestido,  
aparte damos soluciones  
instantáneas frente a  
cualquier reclamo,  
contamos con un muy  
buen servicio al cliente



Ropa cómoda, para uso  
diario. No apta para ser  
deporte pero si para  
cualquier actividad  
diaria, ya sea ir al  
trabajo, salir a comer o  
hasta ir al boliche



Frente a la competencia  
te permite estar vestido  
adecuadamente frente  
actividades diarias, es  
más accesible frente a  
grandes locales de  
ropa.

01

## CANALES



Mantener el Instagram, publicidad por ahora con perfiles de amigos conocidos. Mejorar el contenido con foto de la ropa, sumar influencers de Jujuy

02

## ESTILO

Quiero darle un rebranding al emprendimiento, como al feed de Instagram. Buscar que el producto sea más heterogéneo (unisex)

03

## ESTRATEGIAS Y OBJETIVOS SMART

Objetivos a corto plazo, lograr 500 seguidores con la estrategia en conjunto con amigos compartiendo el emprendimiento.

En un año la idea es lograr 1000+ seguidores, por el momento cuenta con 61. También implementar distintos métodos de pagos, por ahora cuenta con efectivo y transferencia

# OBJETIVOS

01

Mejorar el canal de Instagram, alcanzar unos +1000 seguidores

02

Aumentar productividad de Instagram (posteos diarios), tener un perfil más activo. Subir reels para mejorar el algoritmo (2 a la semana)

03

Crear un perfil en Facebook, usar el Marketplace. Buscar mas seguidores que en Instagram +1000 seguidores

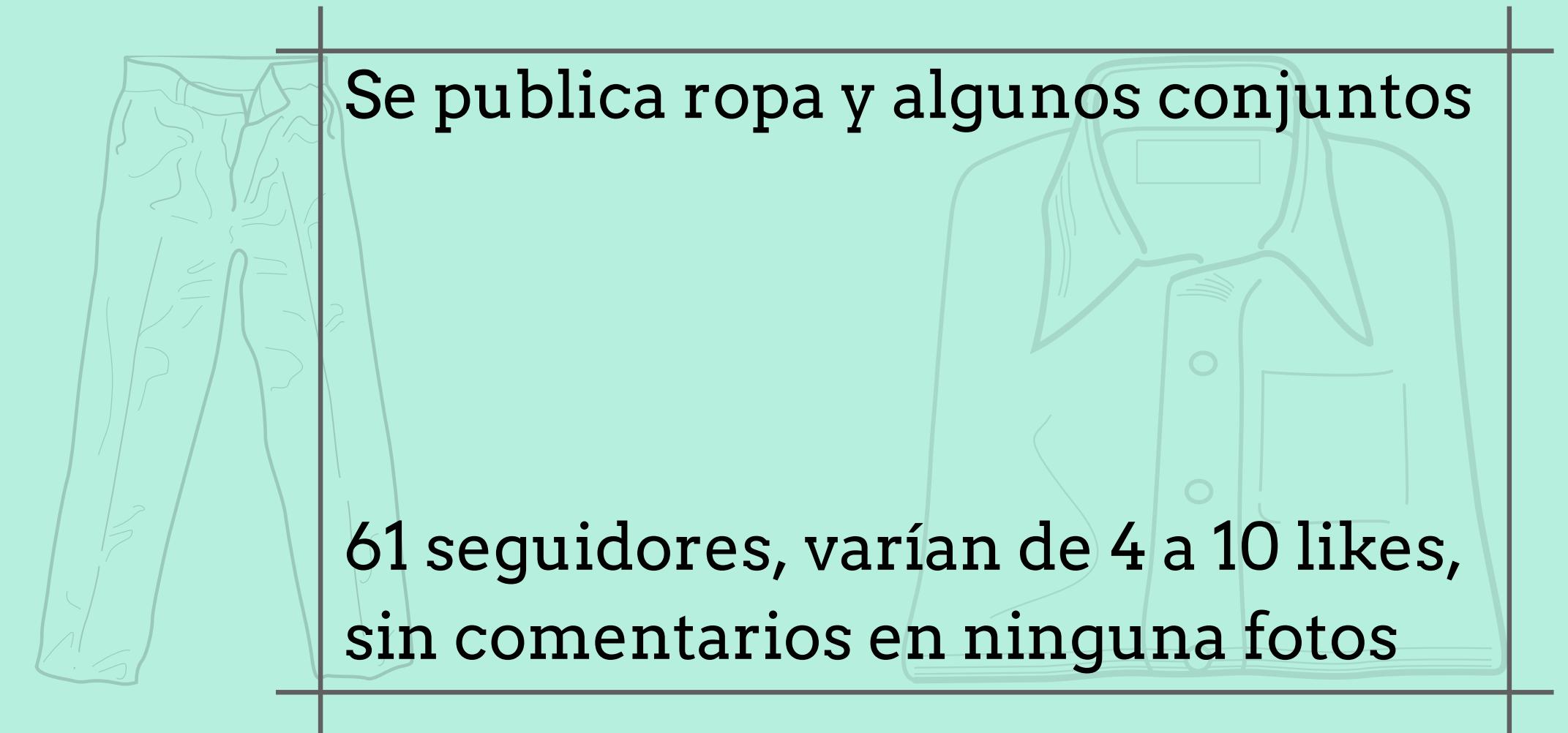
04

Lograr que compartan las publicaciones en Facebook e Instagram a través de sorteos.

06

Mejorar likes (superar 100 likes) y comentarios (+10 comentarios) para conseguir un renombre

# Auditoria de medios sociales



# Categoría de contenidos

---

01

Community



02

Marketing



03

Institucional



# 01 Community.

EFEMERIDES

JUEGOS DE  
INTERACCION

Ejemplo:



*Día del amigo*  
*Día del padre*  
*San Valentín*  
*Día del trabajador*  
*Navidad/Reyes*  
*Magos*

*Especie de preguntados por story.*  
*Sopa de letras*  
*Ruleta (story, poner pausa y que toca)*  
*Laberinto, etc.*

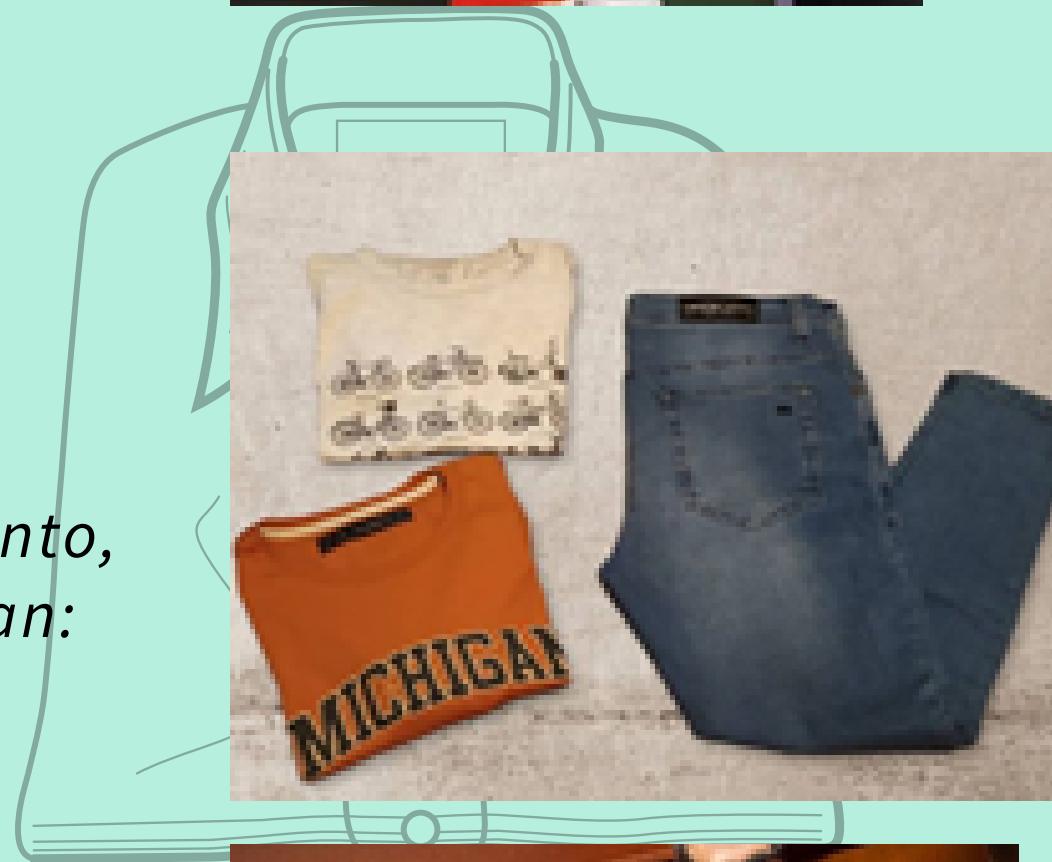
MEMES

*Cuando usas la ropa*  
*Duetori*



INSIGHT

*Propuesta 1: Conjunto, remera + buzo + jean:*



INSIGHT

*Propuesta 2: fotos de modelo/influencers:*



# 02 Marketing

LANZAMIENTO

PROMOCIONES

- Códigos a través de story, para los clientes sean activos.
- Sorteos a través de Instagram.
- Líneas de productos a través de historias de Instagram (stock y agotado)

*ofertas y promociones por Instagram y Facebook.*

**Si venís con un amigo te hacemos descuento**

# 03 Institucional

ANUNCIOS

RESPONSABILIDAD SOCIAL

*Traer nuevas marcas para ampliar público con nuevos productos.*

*Possible venta en alguna feria, exponer productos*

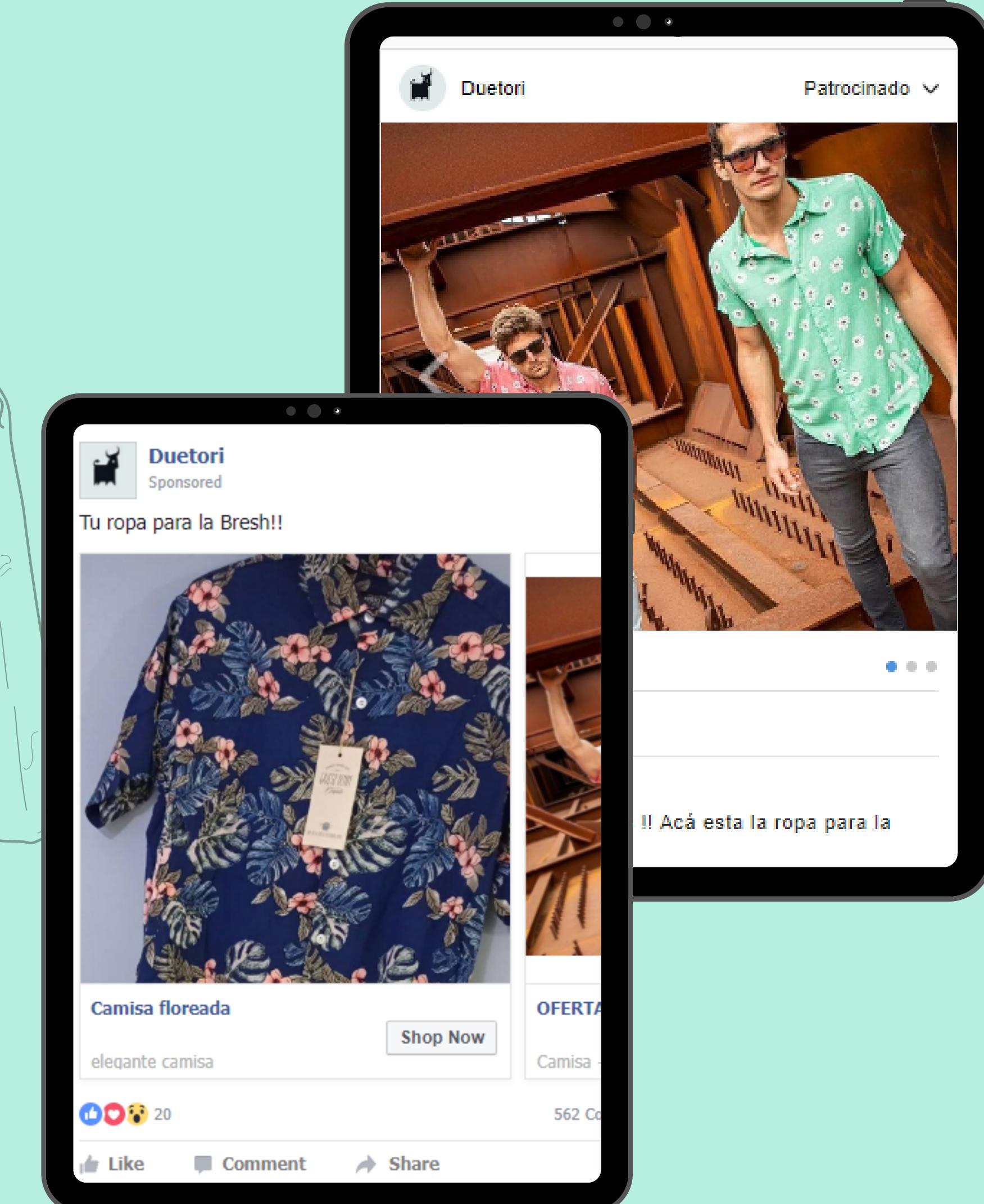
*En invierno concientizar acerca de gente sin hogar, organizar campañas para donaciones*

# CALENDARIO DE PUBLICACION FACEBOOK

[CLICK AQUÍ](#)

# CALENDARIO DE PUBLICACION INSTAGRAM

[CLICK AQUÍ](#)



# Métricas/KPI's Facebook

## 01 KPI's

Medir con Facebook ads

- Enagement
- Variación en números de seguidores
- Alcance



## 02 Plan de medición

Análisis de comienzo a fina, teniendo en cuenta de si no propera dar de baja



# CAMPAÑA GOOGLE ADS

**CLICK AQUÍ**



# Métricas/KPI's Google

## 01 Campaña

Red de búsqueda

Temporada verano: Malla y camisa

Temporada invierno: Buzo y pantalón

## 02 Duracion

Temporada de verano empieza 18 de octubre hasta 14 de enero. 81 días

Temporada de invierno 16 de mayo, hasta 31 de julio. 76 días

## 03 Kpi's

CTR (Click-Through Rate): El porcentaje de usuarios que hacen clic en el anuncio

Conversiones: La cantidad de usuarios que convierten la vista en compra

# MAURIZIO



Mail: maurizio.mml@gmail.com

# MIRANDA



Instagram: maurizio.mml

# LAMBRISCA



Facebook: Mauri Miranda  
Lambrisca

Community Manager