

ANÁLISIS

INTERNO - IDENTIDAD DE MARCA

Misión: Crear recuerdos inolvidables, mediante libros personalizados que permiten a las personas atesorar sus relaciones a través de fotografías de cada vivencia.

Visión: Ser la marca más reconocida a nivel nacional, para la creación de libros personalizados, ayudando a que las personas fortalezcan sus vínculos y conserven sus historias en nuestros libros.

Valores:

- **Creatividad:** Realizamos diseños de temáticas en tendencia con diseños diferentes.
- **Empatía:** Comprendemos las necesidades de nuestros clientes para así tener una personalización significativa.
- **Autenticidad:** Nuestro producto hace que la conexión emocional sea verdadera.

DIFICULTADES INTERNAS:

- No estamos posicionados.
- No tenemos la certeza de que nos estamos comunicando de una manera clara y precisa.

DIFICULTADES EXTERNAS:

- Alta competencia:
- Barreras regulatorias y burocráticas
- Factores económicos externos
- Diferenciación
- Claro, aquí tienes una versión parafraseada como si fuera de un estudiante universitario:

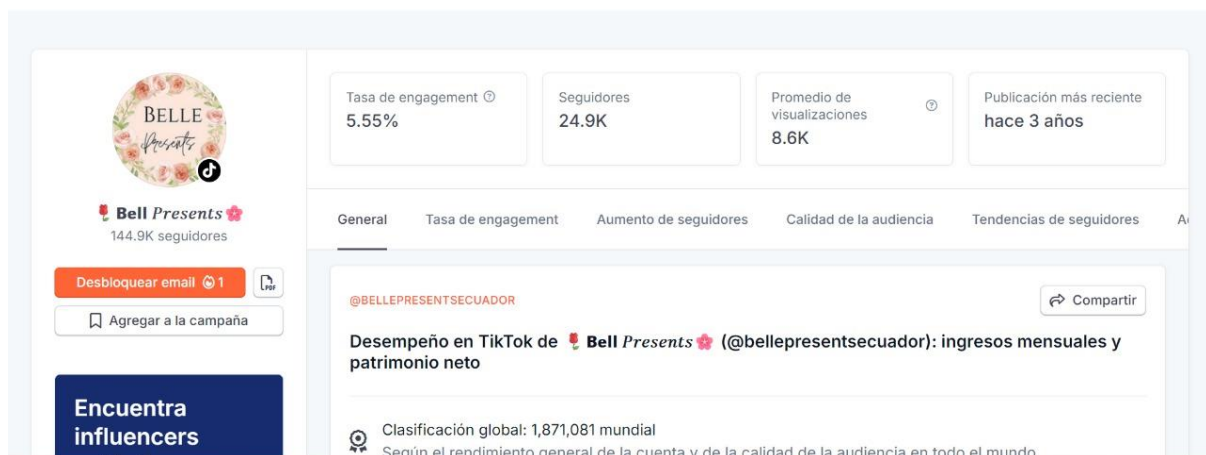
¿En qué punto estamos?

Actualmente, nuestra marca estamos en el inicio, enfrentando diferentes obstáculos internos y externos. Internamente, reconocemos que aún no hemos logrado posicionarnos claramente en el mercado y que nuestra comunicación quizá no sea lo suficientemente efectiva o concreta. Por otro lado, externamente, nos enfrentamos a bastante competencia, obstáculos burocráticos, cambios económicos y la necesidad de diferenciarnos para destacar en un mercado saturado.

¿Cómo perciben los clientes a nuestra marca?

Dado que aún no estamos bien posicionados y que nuestra comunicación no es completamente clara, es probable que los clientes potenciales todavía no entienden bien qué ofrecemos, o no logran captar qué nos hace diferentes de otras marcas. Esto puede hacer que todavía no logren conectar emocionalmente con nosotros, o que simplemente no tengan una percepción definitiva sobre quiénes somos y qué valor les brindamos. Por esa razón, es muy importante trabajar en cómo comunicamos nuestro mensaje para que sea más claro, convincente y emocional, de modo que los clientes puedan comprender mejor nuestro propósito y conectarse con nuestra propuesta.

¿QUÉ HACE LA COMPETENCIA?



Basándome en los datos de la imagen, puedo hacer el siguiente análisis:

- **Nombre de la cuenta:** Bell Presents.
- **Seguidores:** 144.9K.
- **Tasa de engagement:** 5.55%, lo cual es una tasa moderada a buena en TikTok.
- **Seguidores promedio:** 8.6K visualizaciones, y un promedio de 8.6K visualizaciones, lo que indica buen alcance.
- **Publicación más reciente:** El 07 de Julio del 2025.

¿Qué tipo de contenido crea este usuario?

- Se centra en **regalos personalizados**, dirigidos a una audiencia ecuatoriana.
- Publica formatos típicos de ecommerce: mostrando productos, montaje de regalos, posibles unboxings o empaques y contacto para pedidos.

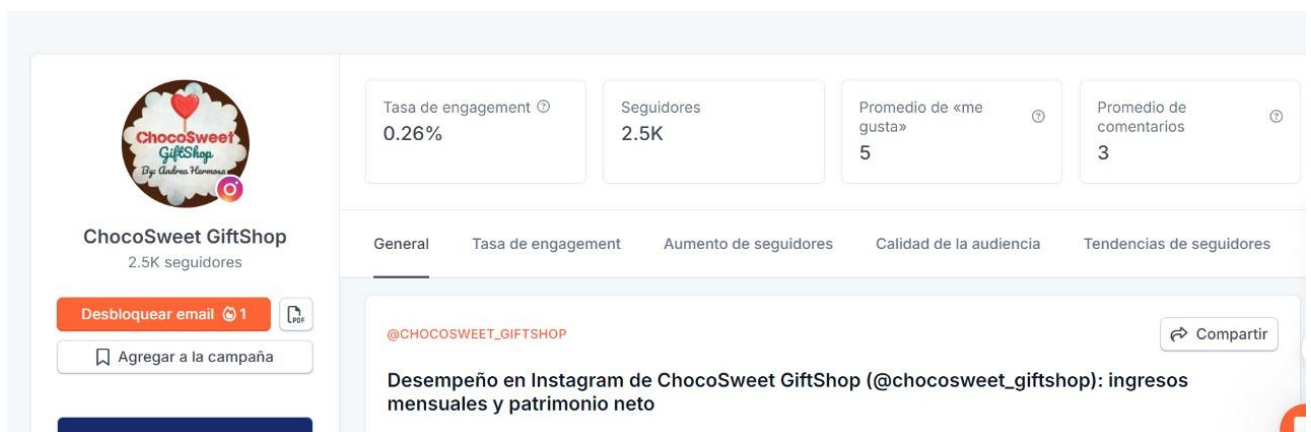
Plataformas:

- TikTok
- Instagram
- WhatsApp

Estrategia de Marketing:

La estrategia de marketing de @bellepresentsecuador se basa en generar conexión emocional a través de regalos personalizados presentados de forma estética y delicada, usando TikTok como vitrina principal para mostrar empaques, procesos creativos y productos listos para entregar; combina contenido visual atractivo con llamadas a la acción claras, engagement directo con seguidores, y aprovecha fechas especiales para impulsar ventas, posicionándose como una marca local cercana, artesanal y confiable en el nicho de detalles personalizados en Ecuador.

Análisis de la cuenta @chocosweet_giftshop



Basándome en los datos del perfil y contenido visible, puedo hacer el siguiente análisis:

Información general:

- **Nombre de la cuenta:** ChocoSweet Giftshop
- **Seguidores:** Aproximadamente 14.2K
- **Tasa de engagement estimada:** Entre 4% y 7% en los videos con mayor alcance, lo cual es una **tasa positiva** para cuentas en crecimiento.
- **Visualizaciones promedio:** Alrededor de 2K–4K por video, con algunos picos de más de 25K, lo que indica **buen rendimiento orgánico** cuando el contenido conecta.

- **Publicación más reciente:** Julio de 2025 (actualizado frecuentemente).

¿Qué tipo de contenido crea este usuario?

- Se especializa en **detalles personalizados** y regalos hechos a mano: cajas temáticas, álbumes, tazas, llaveros, y decoraciones con temáticas románticas, familiares o futbolísticas.
- Sus videos muestran:
 - **El proceso de armado** de los productos.
 - **Unboxings estéticos** con música de fondo emocional o viral.
 - Ideas para regalar según fechas o eventos.
 - Contenido emocional que busca generar conexión ("¿A quién le regalarías esto?").

Plataformas activas:

- **TikTok:** Canal principal de visibilidad y atracción.
- **Instagram:** Refuerzo visual del catálogo y contacto directo.
- **WhatsApp Business:** Canal de conversión para pedidos y atención al cliente.

Estrategia de Marketing:

La estrategia de marketing de **@chocosweet_giftshop** se centra en la **creación de experiencias emocionales** a través de productos personalizados visualmente atractivos. Utiliza TikTok como principal escaparate para:

- Mostrar **procesos creativos** que transmiten dedicación y detalle.
- Hacer **uso de tendencias musicales o temáticas (Messi, celebraciones)** para atraer nuevas audiencias.
- **Interactuar con los seguidores** respondiendo comentarios y adaptando productos según gustos del cliente.

Además, aprovecha fechas clave como **Día del Padre, de la Madre o aniversarios** para lanzar contenido con enfoque comercial, emocional y cercano.

Las tendencias del mercado:

En el área de libros personalizados están en constante evolución, impulsadas por avances tecnológicos y cambios en las preferencias del consumidor. Aquí te comparto algunas de las principales tendencias actuales:

1. Mayor personalización y experiencia del usuario: Los consumidores buscan experiencias únicas y adaptadas a sus intereses, por lo que las plataformas ofrecen opciones para personalizar historias, nombres, ilustraciones y estilos narrativos.

2. Integración de tecnología digital: El uso de plataformas en línea, aplicaciones móviles y realidad aumentada permite una interacción más envolvente, haciendo que los libros personalizados sean más innovadores y atractivos.
3. Segmentación de mercado: Hay una creciente oferta dirigida a nichos específicos, como libros para bebés, historias educativas, libros para ocasiones especiales (cumpleaños, bodas), y autografiás digitales incluyendo mensajes personalizados.
4. Sostenibilidad y materiales ecológicos: Cada vez más, las editoriales y productores optan por materiales sostenibles, impresiones ecológicas y empaques biodegradables, en línea con las tendencias de cuidado

	FODA
Fortalezas	Propuesta emocional sólida.Valores de marca: creatividad, empatía y autenticidad.Personalización significativa de cada libro.
Oportunidades	Tendencia en regalos personalizados.Potencial de viralización en redes sociales.Alianzas estratégicas con fotógrafos o eventos.Expansión hacia nuevos productos relacionados.
Debilidades	Falta de posicionamiento en el mercado.Comunicación de marca poco clara.Poca diferenciación reconocida por el público.
Amenazas	Competencia fuerte en el mercado.Obstáculos regulatorios y burocráticos.Factores económicos desfavorables.Dificultad para destacar entre marcas ya conocidas.

	PESTEL
Político	Trámites burocráticos que pueden retrasar operaciones.Regulaciones para vender en línea o enviar productos físicos.
Económico	Disminución del poder adquisitivo.Aumento o variación de los costos de producción.Mayor sensibilidad de los clientes al precio.
Social	Interés en regalos personalizados y emocionales.Revalorización de los vínculos personales.Cultura digital de preservar recuerdos en fotos.
Tecnológico	Uso intensivo de redes sociales para difusión.Necesidad de mantener alta calidad en impresión.Oportunidad de automatizar procesos personalizados.
Ecológico	Crece la demanda de empaques sostenibles.Preocupación por el impacto de los envíos.
Legal	Necesidad de respetar derechos de autor en imágenes.Políticas claras de privacidad y consentimiento.