

DISEÑO Y USABILIDAD 2

EC6. NUEVA VERSIÓN Y ESTRATEGIA DE MKT

PAU SALIP
DAVID CUTANDA
TAREK TELLERIA

OBJETIVO

El ejercicio EC6 consiste en entregar entregar una versión actualizada de la web y la app, a partir del análisis de datos del test con usuarios, de la UI de la Práctica 1. Además de describir la estrategia de marketing que se utilizará para promocionar la web/App

DISEÑO Y USABILIDAD 2

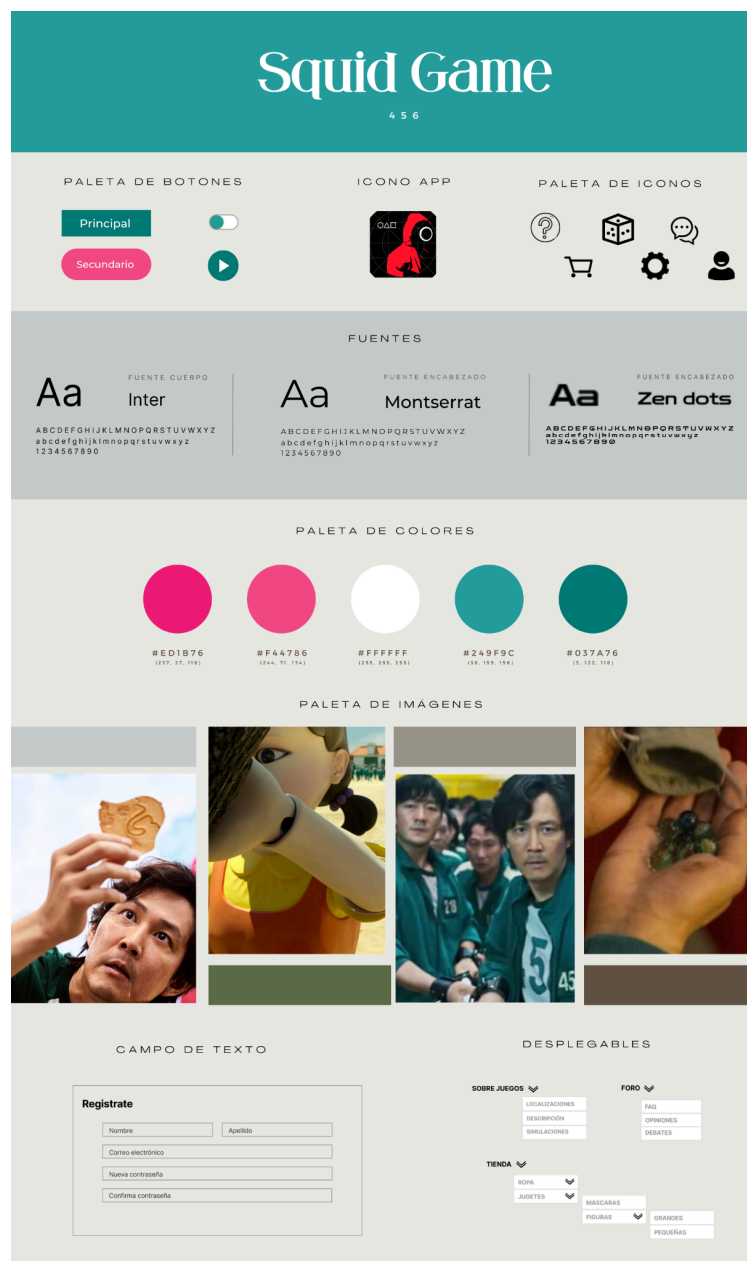
EC6. MOCKUPS

PAU SALIP
DAVID CUTANDA
TAREK TELLERIA

MOCKUPS

Se ha utilizado la aplicación de figma para realizar los siguientes wireframes que se encuentran en el siguiente enlace:

- Enlace al figma de la web:
https://www.figma.com/file/tgOyZyWsi4UWcQWW8PcEBH/EC4_web_COLOR?node-id=0%3A1&t=ruxo8s7DJN4USIB1-0
- Enlace al figma de la app:
https://www.figma.com/file/H1yspjEQMfxLmTxyEejtwL/EC4_app_COLOR?node-id=0%3A1&t=xR0ZGWLVImp95i4b-0



DISEÑO Y USABILIDAD 2

EC6. PLAN DE MARKETING

PAU SALIP
DAVID CUTANDA
TAREK TELLERIA

Plan de Marketing

PRODUCTO: SQUID GAME 456

Contenido

| | |
|----------------------------|----|
| 1. Resumen | 8 |
| 2. Definición del producto | 9 |
| 3. Análisis de Competencia | 10 |
| 4. Estrategias | 12 |
| 5. Calendario | 13 |

1. Resumen

El plan de marketing que tenemos consiste en dos planes de acciones.

La primera acción se trata de la elaboración de un vídeo promocional, en el que, el producto a vender es el companion que se ha realizado durante todo el año en la asignatura de diseño y usabilidad, llamado: Squid Game 456. Pues el uso de un video promocional es una excelente manera de presentar el producto a un público más amplio de la misma forma que para captar la atención del usuario.

El video comienza con una persona que parece estar triste después de terminar la serie. Esto crea una conexión emocional con el espectador y les hace sentir empatía hacia el personaje. Luego, el segundo personaje entra en la escena y cambia el ordenador de la persona triste con uno que tiene el companion de Squid Game 456 ya abierto, lo que crea un momento emocionante y atractivo.

La segunda parte del video muestra la pantalla del companion y resalta las diversas funcionalidades que ofrece el producto. Esto es importante porque proporciona información valiosa al espectador sobre lo que pueden esperar al usar el companion de Squid Game. Al resumir las características del producto, se crea una sensación de interés y curiosidad en el espectador, lo que les puede llevar a querer explorar el companion en más detalle.

Por lo que hace referencia a la segunda acción, hemos decidido crear algunos productos de merchandising para acabar de promocionar nuestro companion. Vendiendo desde camisetas, bolsas, folios, tarjetas, gorras, tazas, stickers para dispositivos móviles, hasta cuadros.

2. Definición del producto

Nuestro companion proporciona a los usuarios información detallada sobre la serie de televisión "Squid Game". Esta aplicación es especialmente útil para aquellos que quieren conocer más sobre los lugares donde se filmó la primera temporada y detalles sobre los actores. El companion está disponible en formato app para móvil y en formato web para acceder desde un ordenador o otros dispositivos.

Una de las principales características de esta aplicación es su capacidad para proporcionar información detallada sobre los juegos presentados en la serie. A través de minijuegos y actividades interactivas, los usuarios pueden aprender más sobre los juegos y experimentar la tensión y la emoción de la serie de primera mano. Además, la tienda de artículos relacionados con la serie ofrece a los usuarios la oportunidad de comprar artículos de Squid Game para que puedan mostrar su amor por la serie en el mundo real.

Otra característica importante del companion es su foro en línea. Este foro proporciona un espacio seguro y acogedor para que los fans de la serie se comuniquen entre ellos, compartan sus opiniones y debatan sobre diferentes temas relacionados con la serie. Los usuarios pueden compartir sus teorías, discutir los personajes y debatir sobre los eventos clave de la serie.

3. Análisis de Competencia

Guide: Game of Thrones (Directo)

Nos interesa la idea de los quizzes y de los juegos además de un resumen de la serie por si un usuario quiere obtener una información que se haya olvidado.

Wizards World (Directo)

Nos interesa poder poner extractos de nuestra serie como por ejemplo para cada juego de Squid Game. También los juegos permiten a los usuarios que se diviertan más en nuestro companion.

Casa de papel: The Experience (Directo)

Utilizar colores de la serie para el diseño de nuestra aplicación nos parece buena idea. La idea de crear un centro de Escape Game de Squid Game podría ser una opción interesante sobretodo con el universo de nuestra serie que se basa en juegos

Game Companion: The Witcher 3 (Directo)

Hemos llegado a la conclusión de que hay que usar un estilo gráfico similar al de la serie original en la app para que esta sea más fiel al producto original.

Walking dead: no man's land (directo)

Nos interesa el hecho de hacer un juego inspirado en Squid Game sin que sea obligatoriamente un RPG, pero con todos los elementos multimedia utilizados por Walking dead: No man 's land.

Stranger Things (Indirecto)

Para la elaboración de nuestra aplicación habíamos pensado en poner un quiz sencillo para aquellos usuarios que quieran ponerse a prueba con sus conocimientos adquiridos a lo largo de la serie, mediante una serie de preguntas.

Among us (indirecto)

Este Companion es interactivo y ayuda al jugador en medio de la partida, a diferencia de otros companions que solo proporcionan información sobre el producto a los consumidores.

Narcos quiz (indirecto)

Una vez más, nos encontramos con la idea de elaborar un quiz, en el que el usuario no sepa las respuestas hasta el final, de esta forma poder crear una especie de suspense, como la propia serie.

CleverBook for Minecraft (indirecta)

Este Companion tiene un buscador que permite acceder a la información de un elemento del juego concreto fácilmente, así que es muy fácil encontrar lo que se busca. Todo está organizado en distintas categorías que pueden ser accedidas desde el menú principal.

Futbin (Indirecto)

Tanto la función de los comentarios de los usuarios como las reviews de jugadores nos sirven de ejemplo para implementar el foro en nuestra app, además nos interesa implementar funciones premium en la app, así que podemos inspirarnos en el premium de futbin.

4. Estrategias

Para promocionar nuestro producto, hemos pensado en elaborar un video promocional, ya que resulta una excelente manera de presentar el producto a un público más amplio de la misma forma que para captar la atención del usuario.

El video comienza con una persona que parece estar triste después de terminar la serie. Esto crea una conexión emocional con el espectador y les hace sentir empatía hacia el personaje. Luego, el segundo personaje entra en la escena y cambia el ordenador de la persona triste con uno que tiene el companion de Squid Game 456 ya abierto, lo que crea un momento emocionante y atractivo.

La segunda parte del video muestra la pantalla del companion y resalta las diversas funcionalidades que ofrece el producto. Esto es importante porque proporciona información valiosa al espectador sobre lo que pueden esperar al usar el companion de Squid Game. Al resumir las características del producto, se crea una sensación de interés y curiosidad en el espectador, lo que les puede llevar a querer explorar el companion en más detalle.

Link del video promocional: <https://youtu.be/Zy1z1IdrJyM>

Por otro lado, hemos decidido crear algunos productos de merchandising para acabar de promocionar nuestro companion. Vendiendo desde camisetas, bolsas, folios, tarjetas, gorras, tazas, stickers para dispositivos móviles, hasta cuadros.



5. Calendario

Por lo que hace referencia al calendario, esta es una herramienta esencial para planificar y organizar nuestras tareas y responsabilidades. En este caso, se trata de un calendario con fechas de entrega para cumplir con una serie de compromisos.

A continuación, se detallan las fechas de entregas:

- Briefing, Modelización, y Benchmarking : 07/10/2022
- Arquitectura de información: 04/11/12
- Wireframes: 16/12/2022
- Versión Final: 21/04/2023
- Marketing: 26/05/2023
- Presentación: 19/05/2023