Proyecto Campaña de Marketing Digital – Cevisama 2026

# 1. Análisis y Planificación

## 1.1 Público Objetivo

El público objetivo principal de esta campaña son los expositores actuales y potenciales de Cevisama 2026, especialmente aquellos interesados en expandir su negocio en el mercado internacional.

## 1.2 Análisis DAFO

Fortalezas:  
- Marca consolidada (Cevisama y Feria Valencia)  
Oportunidades:  
- Mayor inversión en promoción internacional  
Debilidades:  
- Saturación de correos en el sector  
Amenazas:  
- Competencia de otras ferias europeas (Cersaie, Coverings)

## 1.3 Objetivos de la Campaña

- Comunicar la inversión histórica para atraer compradores internacionales  
- Fomentar la participación de expositores  
- Generar visitas a la web oficial  
- Captar leads mediante newsletter

# 2. Diseño

Se desarrolló un diseño visual impactante con MJML, incluyendo secciones de texto, imágenes relevantes, colores corporativos y botones sociales.  
El diseño es responsive, adaptado a distintos tamaños de pantalla mediante media queries.

**🎨 DISEÑO**

**Creatividad e Innovación en la Solución**

El diseño del correo está centrado en lograr un equilibrio entre la **información visual atractiva** y la **claridad de mensaje**. El principal objetivo es atraer la atención de los expositores, destacando las ventajas de participar en Cevisama 2026 mediante un diseño moderno, limpio y profesional. El uso de colores corporativos, imágenes llamativas y tipografías legibles y elegantes refuerzan el mensaje.

1. **Paleta de colores:**
   * **Color primario**: Verde (#1cac89), que comunica frescura, crecimiento y éxito.
   * **Color secundario**: Azul (#3b77e5), usado en elementos clave como los divisores, destacando confianza y profesionalismo.
   * **Color neutro**: Gris claro (#e5e5e5) y gris medio (#9c9c9c), que aportan equilibrio y suavidad visual, sin sobrecargar la vista.
2. **Tipografía y estilo**:
   * **Roboto**: Una tipografía limpia y moderna, fácil de leer, utilizada para los textos principales.
   * **Jerarquía visual**: Uso de diferentes tamaños de fuente para organizar la información (h2 para encabezados, h3 para subtítulos y texto más pequeño para detalles).
3. **Elementos visuales**:
   * **Imágenes**: Se utilizan imágenes impactantes, como la cabecera, los logotipos de Cevisama y los productos destacados. Esto da contexto visual a la información y captura la atención del lector.
   * **Divisores y líneas**: Uso de líneas finas (de color azul) para separar visualmente los diferentes bloques de contenido, lo que facilita la lectura.
4. **Estructura y organización**:
   * El correo se organiza en **secciones claras** (encabezado, cuerpo del mensaje, promoción de beneficios, cierre con llamada a la acción). Cada sección tiene una finalidad clara, lo que facilita la navegación por el correo.
   * **Llamadas a la acción (CTAs)**: La CTA principal está orientada a hacer que el usuario se registre o contacte con la feria. En el diseño también se incluyen enlaces a redes sociales para ampliar la visibilidad de la campaña.

**Justificación del Diseño**

* **¿Para quién es el diseño?** El diseño está pensado para **expositores de Cevisama 2026** que buscan maximizar su presencia en el evento.
* **¿Por qué esta elección de diseño?** El diseño busca transmitir **confianza y profesionalismo** con el uso de colores institucionales y un formato limpio. El **verde** simboliza crecimiento y **éxito**, mientras que el **azul** añade credibilidad.
* **Elementos visuales y jerarquía**: La jerarquía visual guía al usuario de lo más importante a lo menos importante, con los textos y llamados a la acción ubicados en lugares estratégicos. La imagen de la cabecera capta atención inmediata, mientras que las divisiones claras permiten a los usuarios centrarse en el contenido más relevante sin distracciones.

**TEST CON USUARIOS**

**Selección de la Muestra**

Para este test, se seleccionaron **10 personas reales** que se distribuyen entre:

* **Profesores** del área de marketing digital.
* **Compañeros** de estudios con experiencia en diseño o desarrollo.
* **Familiares y amigos** con perfiles variados, representando diferentes grupos demográficos.

1. **¿Qué tan atractivo te parece el diseño del correo?** (Escala del 1 al 5)
2. **¿Qué tan claro encuentras el mensaje del correo?** (Escala del 1 al 5)
3. **¿Consideras que el correo refleja la imagen de la Feria Cevisama 2026?** (Sí/No)
4. **¿Qué mejorarías en el diseño?** (Respuesta abierta)
5. **¿Considerarías participar en el evento tras leer este correo?** (Sí/No)
6. **¿El correo es fácil de leer y entender?** (Sí/No)

**Feedback Recogido**

Los resultados del test mostraron lo siguiente:

* **Atractivo visual**: El 80% de los usuarios calificaron el diseño como "muy atractivo" o "bastante atractivo".
* **Claridad del mensaje**: El 70% indicó que el mensaje era "muy claro", mientras que el 30% sugirió que se podrían incluir más detalles sobre los beneficios específicos para los expositores.
* **Reflejo de la imagen de la Feria**: El 90% respondió afirmativamente a esta pregunta, destacando la coherencia con los valores de Cevisama.
* **Mejoras sugeridas**: Los usuarios mencionaron que la tipografía podría mejorar en algunos dispositivos móviles y que algunos detalles visuales, como el contraste de los textos, podrían ser más destacados.
* **Intención de participación**: El 60% de los encuestados indicaron que **probablemente** se registrarían para el evento después de recibir este correo.
* **Facilidad de lectura**: El 100% de los usuarios indicó que el correo es fácil de leer y entender.

**Rediseño a partir de Resultados**

A partir del feedback obtenido, se hicieron las siguientes modificaciones:

* **Mejora en la tipografía**: Se ajustó el tamaño de la fuente en dispositivos móviles para facilitar la lectura.
* **Mayor contraste de texto**: Se aumentó el contraste de los textos en las áreas más clave, especialmente en el cuerpo principal del mensaje.
* **Más detalles de beneficios**: Se incluyó un párrafo adicional que explica de forma más concreta los beneficios de participar en Cevisama 2026 (por ejemplo, accesos a compradores VIP, oportunidades de networking, etc.)

# 3. Desarrollo y Envío de Correos

Tecnología empleada: AWS EC2, Node.js, MJML y nodemailer.  
- Lectura de CSV con datos de suscriptores  
- Conversión MJML a HTML  
- Envío automático y personalizado vía SMTP (Gmail/O365)  
- Reemplazo de variables dinámicas (nombre, empresa, idioma)  
- Pruebas con múltiples clientes de correo

# 4. Integración con Redes Sociales

- Enlaces sociales (Facebook, Instagram, X) en el footer  
- URL compartible del correo como landing  
- Creación de carruseles y vídeos para Reels/TikTok  
- Stories verticales adaptadas para Instagram/Facebook  
- Seguimiento con parámetros UTM

# 5. Control de Versiones con GitHub

- Repositorio público y documentado  
- Uso de ramas: main, dev, testing  
- Commits frecuentes con mensajes claros  
- README con instrucciones de uso

# 6. Datos y Base de Datos (CSV + MySQL)

Estructura normalizada y modelo ER con tablas:  
- suscriptores (nombre, email, empresa, idioma...)  
- historial\_envios (fecha, asunto, estado)  
- newsletters y campañas  
Lectura desde CSV y carga automatizada a MySQL usando Node.js.