# Análisis y Planificación - Campaña Sorteo Feria Dos Ruedas

## Análisis de Requerimientos

Público Objetivo:  
- Visitantes potenciales de la Feria Dos Ruedas, especialmente aficionados al motociclismo y eventos deportivos.  
- Personas con interés en asistir al Gran Premio de Motociclismo de Cheste.  
- Usuarios jóvenes y adultos que consumen contenido en redes sociales y se sienten atraídos por promociones o sorteos.

Se busca atraer a este público mediante un incentivo directo: un **sorteo de entradas dobles** para un evento muy atractivo del sector

## Análisis DAFO

Fortalezas:  
- Sorteo atractivo (evento popular y local).  
- Diseño visual atractivo y claro.  
- Uso de MJML para compatibilidad y adaptabilidad.

Debilidades:  
- Enlace al formulario no funcional aún.  
- Necesidad de reforzar la personalización para generar más cercanía.

Oportunidades:  
- Viralización en redes sociales.  
- Colaboración con influencers o pilotos locales.  
- Posibilidad de recoger datos de leads de calidad.

Amenazas:  
- Saturación de correos promocionales.  
- Posible desconfianza si no se comunica bien la legalidad/transparencia del sorteo.

## Análisis de Competencia

Se han analizado newsletters de eventos similares como MotoMadrid, EICMA (Milán), y el Salón del Automóvil de Barcelona. Nuestra propuesta destaca por usar un lenguaje emocional, destacar fechas límite (urgencia) y tener un diseño visual atractivo y adaptado a móviles.

## Objetivos de la Campaña

- Aumentar el número de visitantes registrados en la Feria Dos Ruedas.  
- Recolectar datos de contacto de potenciales clientes.  
- Generar expectación y viralidad a través del sorteo de entradas.  
- Fomentar el tráfico hacia la web oficial de la feria y redes sociales.  
- Medir la efectividad del correo y su personalización mediante test de usuarios.

# Diseño

## Creatividad e Innovación

El diseño de la campaña destaca por:  
- Enfoque emocional.  
- Colores corporativos fuertes.  
- Imágenes impactantes.  
- Diseño responsivo.  
- Estructura clara y escaneable.

## Mockup (Figma) (Hacer en figma hoy)

Representación visual previa en Figma para justificar decisiones de diseño:  
- Público: fans de las motos y asistentes a eventos deportivos.  
- Por qué: el público responde bien a sorteos y consume contenido en móvil.  
- Elementos visuales: jerarquía clara, uso del color, CTA destacada.

## Responsive avanzado con MJML

Uso de media queries para adaptabilidad:  
1. >768px: diseño en columnas.  
2. 375–768px: columnas apiladas, fuentes más grandes.  
3. <375px: reducir imágenes, ocultar textos secundarios.

# Test con Usuarios

## Selección de muestra

- Mínimo 10 personas reales (estudiantes, profesores, familiares, etc.).

## Formulario de valoración (Google Forms)

Título: Evaluación de Newsletter “Sorteo Feria Dos Ruedas”  
Preguntas sugeridas:  
1. ¿Te ha parecido atractiva la campaña?  
2. ¿Te ha quedado claro qué se sortea y cómo participar?  
3. ¿El diseño te resulta visualmente atractivo?  
4. ¿Has podido leer correctamente el correo desde tu móvil?  
5. ¿Has hecho clic (o lo harías) en el botón de participación?  
6. ¿Cambiarías algo del diseño o del contenido? (respuesta abierta)  
7. ¿Qué parte del correo te ha llamado más la atención? (respuesta abierta)

## Feedback y análisis

Los resultados se analizarán gráficamente y se identificarán patrones de mejora como visibilidad del botón, claridad del mensaje, etc.

## Rediseño

En base al feedback, se ajustarán elementos como tamaño del botón, orden de secciones, contraste o mensajes.