

Venus Gilinski

19

Medellín, Colombia

Universitaria (Marketing digital)

Estudiante

\$2.000.000 COP mensuales

## INFORMACIÓN PSICOGRÁFICA

### **Personalidad**

Venus es una persona bastante sociable, empática, perfeccionista y creativa

### **Valores:**

es una persona autodidacta, resiliente, auténtica, sabe escuchar y siempre deja una marca positiva en todo lo que hace.

### **Intereses:**

Fotografía, diseño gráfico, publicidad e ilustración

### **Aspiraciones:**

Crear una marca de ropa juvenil que refleje autenticidad, estilo libre y personalidad propia, fusionando la ilustración y el diseño gráfico con la moda para dar vida a piezas únicas y con identidad.

## COMPORTAMIENTO DIGITAL

### **Plataformas que más utiliza:**

Tik tok: (4 horas) Entretenimiento y mantener al día con todo lo que pasa

Instagram: (3 horas) mantener al día con la moda y todos lo que se encuentre viral en esta plataforma

Pinterest: (2 horas) Mantiene al día con todo lo que sea de moda, diseño y creación.

Suite de Adobe: (7 horas) en esta plataforma ella realiza sus trabajos universitarios

Canva: (5 horas) Hace presentaciones rápidas para sus trabajos cuando se ve en apuros

Figma: (4 horas) Ella en esta plataforma crea las redes sociales para su emprendimiento

**Dispositivos:** Computador portátil o de escritorio 85%

Tableta gráfica 90%

Cámara fotográfica digital 50%

Smartphone 95%

Auriculares inalámbricos 90%

Disco duro externo o almacenamiento en la nube 100%

unos micrófono de solapa 55%

**Horarios de mayor actividad:** 7-9am (antes de clase)

12-2pm (en el receso de sus clases) 5-6 (mientras va en el transporte para llegar a casa) 8-12pm (en la noche)

## **OBJETIVOS Y MOTIVACIONES**

### **Objetivos:**

Desarrollar una marca de ropa juvenil que combina moda, arte e identidad personal.

Ampliar sus conocimientos en diseño gráfico, ilustración y estrategias de marca.

Conectar con un público joven que busca expresar su autenticidad a través de la moda.

### **Motivaciones:**

Su pasión por el arte, el color y la libertad creativa la impulsa a crear cosas que inspiran a otros.

Le motiva la idea de transformar ideas en diseños que cuenten historias y reflejan emociones.

Se inspira en jóvenes soñadores y creativos que, como ella, buscan dejar una huella con su estilo.

## **PROBLEMAS Y FRUSTRACIONES**

El estrés que le puede llegar a causar por no cumplir sus objetivos.

Llegar a sentirse desmotivada por no tener los resultados que esperaba.

No destacar en el mundo visual y competitivo.

## **OBJECIONES Y MIEDOS**

No tener suficiente creatividad o talento para llegar a destacar.

Temor a la crítica.

Cometer errores públicos en campañas, redes o proyectos visibles .

No cumplir con las expectativas de su público.

## **TIPO DE CONTENIDO QUE CONSUME**

Pinterest es para retroalimentarse sobre las nuevas actualizaciones en el mundo de la moda, diseño y su trabajo en general.

Tutoriales de diseño, ilustración y edición digital: videos en YouTube o TikTok donde aprende nuevas técnicas y herramientas creativas.

Contenido de moda y tendencias juveniles: reels o vlogs sobre outfits, estilos urbanos, combinaciones de colores y lanzamientos de marcas emergentes.

Documentales y miniseries sobre arte, fotografía y diseño: le inspiran y amplían su visión estética.

## **CÓMO TOMA DECISIONES DE COMPRA**

Investiga antes de comprar, busca reseñas, compara precios y analiza la reputación de las marcas en redes sociales.

Se guía por la estética y el diseño, el empaque, la presentación visual y el estilo de la marca influyen mucho en su elección.

## **MENSAJE CLARO QUE RESUENE CON ELLA**

Viste tu esencia. La moda no se trata de seguir tendencias, sino de expresar quién eres sin miedo. Cada prenda es una forma de contar tu historia.



1. Presentación del producto:

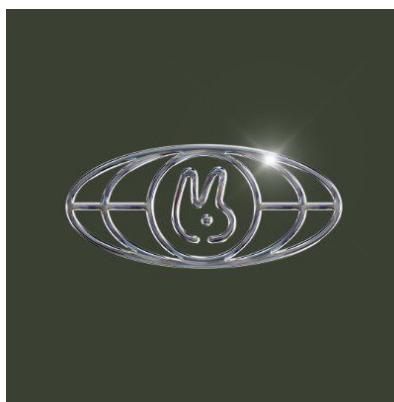
## MATTELSA

### **¿Qué tipo de contenido publican?**

Mattelsa busca conectar emocionalmente con su audiencia a través de contenido que refleje momentos del día y estilos de vida auténticos, mostrando no solo el producto, sino el mundo que lo rodea. A la vez, la marca destaca claramente la estética de sus prendas y cómo lucen en entornos urbanos, proyectando una identidad fresca y moderna.

### **¿Qué tonos utilizan?**

Las tonalidades del verde son un poco más frescos a la hora de sus colores de red social



### **¿QUÉ PUBLICACIONES TIENEN MÁS ENGAGEMENT?**

La marca utiliza frases de la vida diaria porque buscan conectar con el público de una manera más cercana y real. Además, lo que más desean reflejar es la modernidad que representan en sus prendas exclusivas, mostrando así un estilo actual y atractivo que las distingue de las demás.

### **¿QUÉ HACEN BIEN Y QUÉ PODRÍAN MEJORAR?**

Debería incluir más diversidad en sus modelos y ampliar su tallaje. Además, es importante que mejore su contenido en redes sociales, especialmente en Instagram, enfocándose más en las tendencias de moda. Si deciden hablar sobre temas de la vida cotidiana, deberían hacerlo sin sobrepasar ciertos límites, manteniendo coherencia con su estilo.

## UNDERGOLD

### **¿Qué tipo de contenido publican?**

La publicidad de UNDERGOLD se enfoca directamente en

sus colecciones de productos y en la construcción de una estética urbana premium. Su contenido destaca por un estilo definido y creativo que refuerza la identidad visual de la marca. Gracias a esta propuesta sólida y coherente, UNDERGOLD se ha posicionado como una marca influyente en Latinoamérica, compitiendo con reconocidas casas de moda internacionales.

### **¿Qué tonos utilizan?**

El negro le da un poco mas exclusividad a la marca



### **¿QUÉ PUBLICACIONES TIENEN MÁS ENGAGEMENT?**

Lo que más desea es reflejar la modernidad a través de sus prendas exclusivas.

### **¿QUÉ HACEN BIEN Y QUÉ PODRÍAN MEJORAR?**

debería incluir más diversidad en sus modelos y ampliar su tallaje. Además, podría mantener su estilo exclusivo, pero crear una línea más accesible para personas con menor poder adquisitivo, sin perder su esencia como marca. De esta forma, ofrecería opciones tanto para quienes buscan prendas de alto valor como para quienes desean productos de buena calidad a precios más asequibles. También sería recomendable abrir tiendas en lugares más concurridos para aumentar su reconocimiento y acercarse a un público más amplio.

Valery Ospina

Angie Cardona

Samantha Murillo