

Capcom

# NUEVA VERSIÓN Y ESTRATEGIA DE MKT

EC6

## 1. Introducción

Nos encontramos en la fase final de desarrollo del proyecto de Diseño i Usabilidad II, como bien llevamos haciendo desde hace varios meses, estamos rediseñando la web y la aplicación de Capcom.

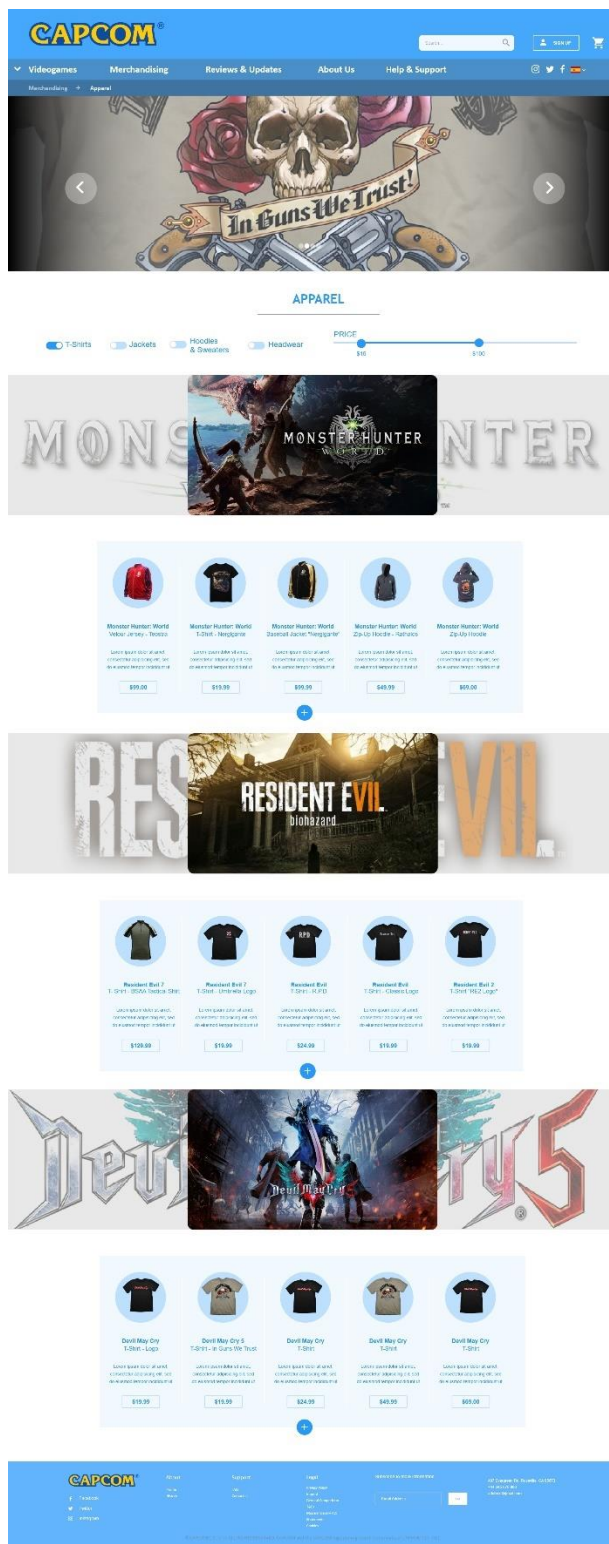
En esta última entrega, EC6, presentaremos a versión actualizada la web y la app, todo esto a partir del análisis de datos del test con los usuarios. Además, describiremos las estrategias de marketing que creemos más adecuadas a nuestro proyecto.

Durante el desarrollo del proyecto hemos podido apreciar las fases de creación, lo cual no ha resultado gratamente útil de cara al futuro. Sí mas no, el hecho de que la asignatura sea un 80% práctico, ayuda a que el 20% de teoría se asimile mejor.



## 2. Mockups finales

### 2.1. Web



Apparel

[SIGN UP](#)

[Videogames](#)
[Merchandising](#)
[Reviews & Updates](#)
[About Us](#)
[Help & Support](#)

[Videogames](#)
[Games](#)

Monster Hunter Generations Ultimate discounted to under \$30 on Switch

### GAMES

**Resident Evil 7**

Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim.

★★★★☆

**Street Fighter 5**

Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim.

★★★★☆

**Monster Hunter: World**

Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim.

★★★★☆

**Devil May Cry 5**

Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim.

★★★★☆

+

### BEST RATED GAMES

**Resident Evil 7: Biohazard**

**Street Fighter II: The World Warrior**

**Resident Evil 4**

**Resident Evil 2: Remake**

**Devil May Cry**

[Facebook](#)
[Twitter](#)
[Instagram](#)

[About](#)
[Privacy Policy](#)
[Terms of Service](#)

[Support](#)
[Contact Us](#)

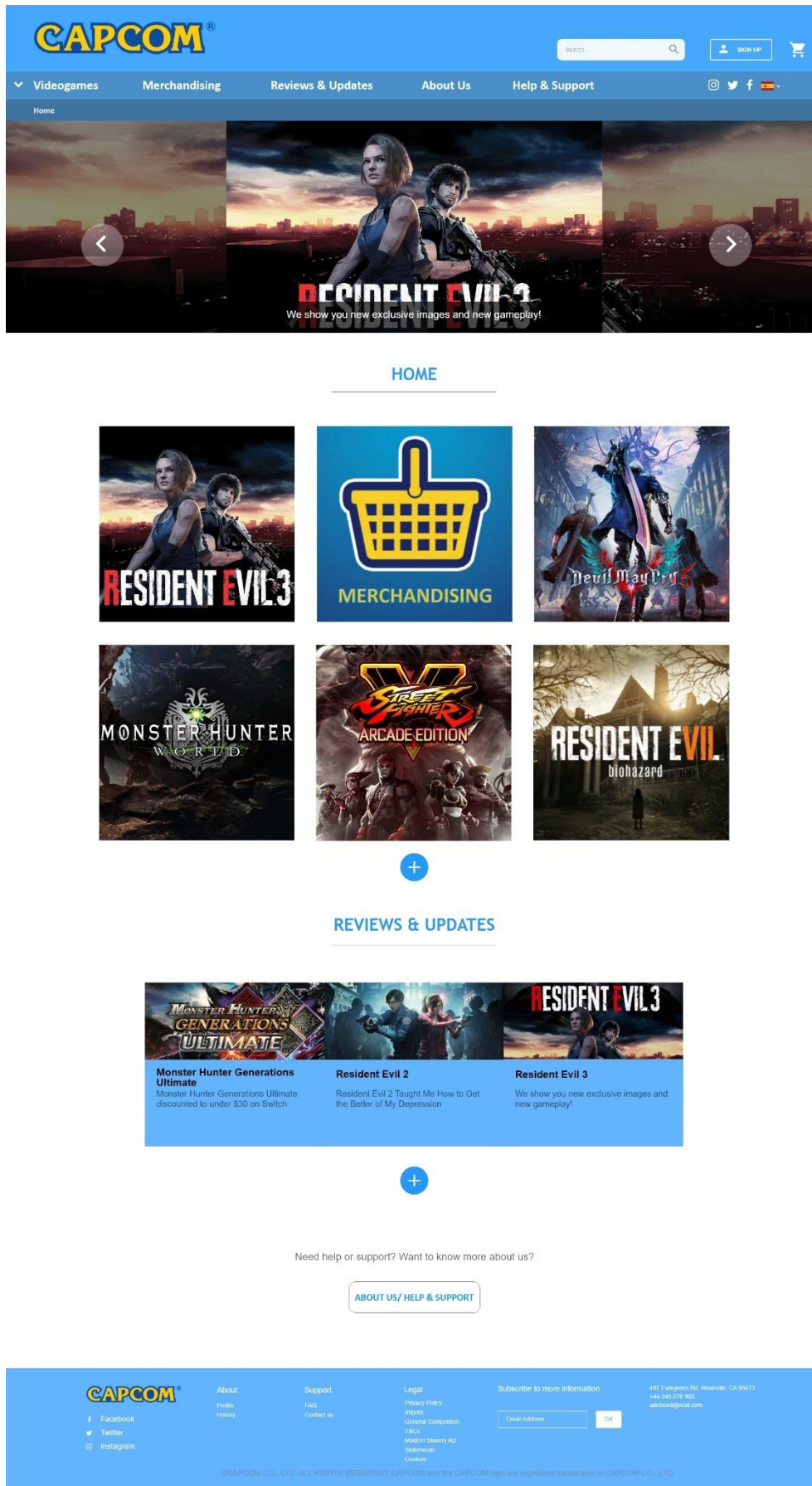
[Legal](#)
[Privacy Policy](#)
[Terms of Service](#)
[Responsible Gaming](#)
[FAQ](#)
[About Us](#)
[Contact Us](#)

[Subscribe to News Information](#)

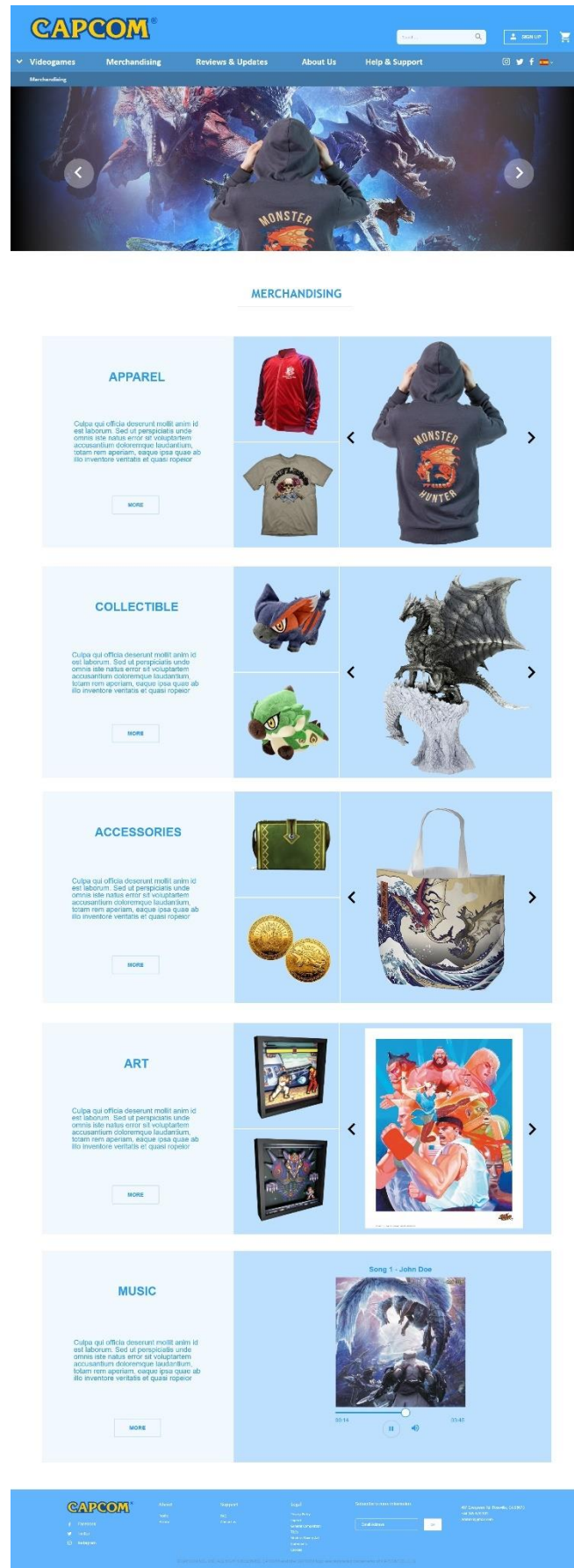
401 Spring Street, Suite 200, San Francisco, CA 94103  
+1 415 475 9400  
info@capcom.com

© 2019 CAPCOM CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED. CAPCOM and the CAPCOM logo are registered trademarks of CAPCOM CO., LTD.

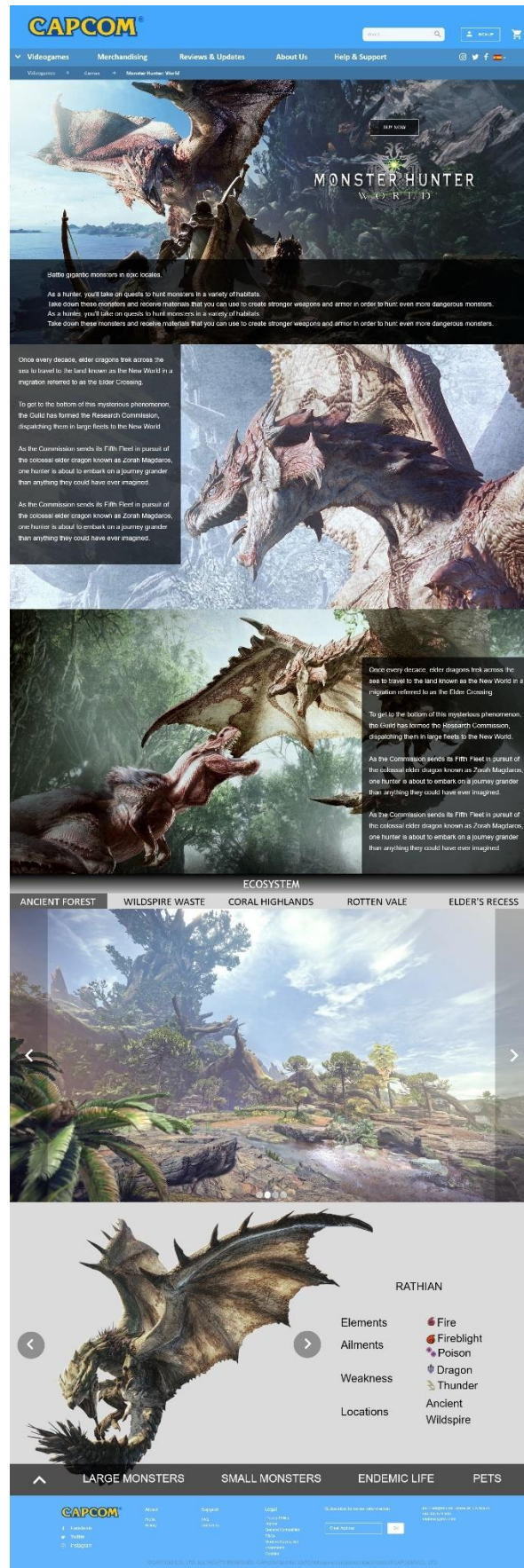
Games



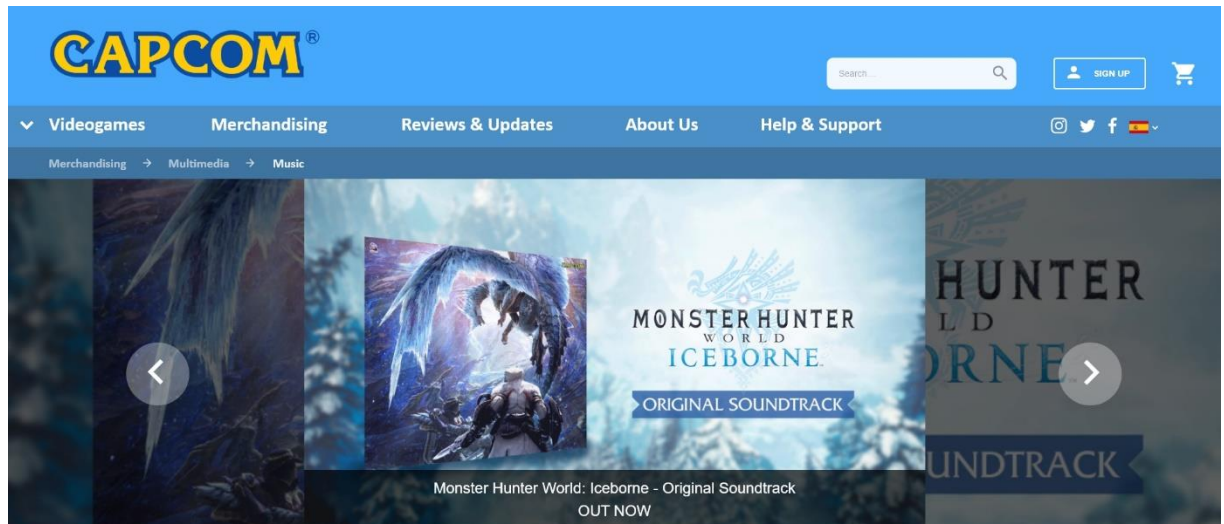




Merchandising



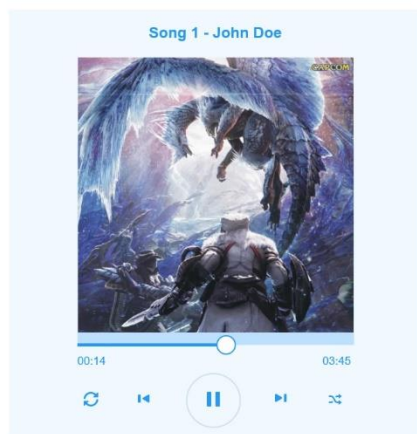
Monster Hunter World



## MUSIC

Which game do you want to listen?

☒ Popular ☐ Recently Added ☐ Our Recommendation ☐ Favorite



1	Song 1 John Doe	3:04
2	Song 1 John Doe	3:04
3	Song 1 John Doe	3:04
4	Song 1 John Doe	3:04
5	Song 1 John Doe	3:04
6	Song 1 John Doe	3:04
7	Song 1 John Doe	3:04







## REVIEWS & UPDATES

Last hour

### Is Resident Evil 7 a good game?

Excepleur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est eopksio laborum. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem.

609 120



1h ago

### Is Capcom moving on from Street Fighter V?

As Street Fighter 5 nears the end of its competitive life, Capcom may soon move forward with the next iteration in the iconic franchise.

609 120



1d ago

### It's time for Capcom to bring back Mega Man X

Jacob St-Amour from Link-Cable Writes: "The Mega Man franchise has become one of the most popular gaming series" of all time since its introduction back in the late 80s and it continues to provide new and exciting releases for its fans. From its compilations with both Mega Man and Mega Man X Legacy Collections 1/2 as well as reviving the Blue Bomber with Mega Man 11, Capcom has shown that they are willing to work on this classic IP if the audience is willing to invest into these games.

609 120



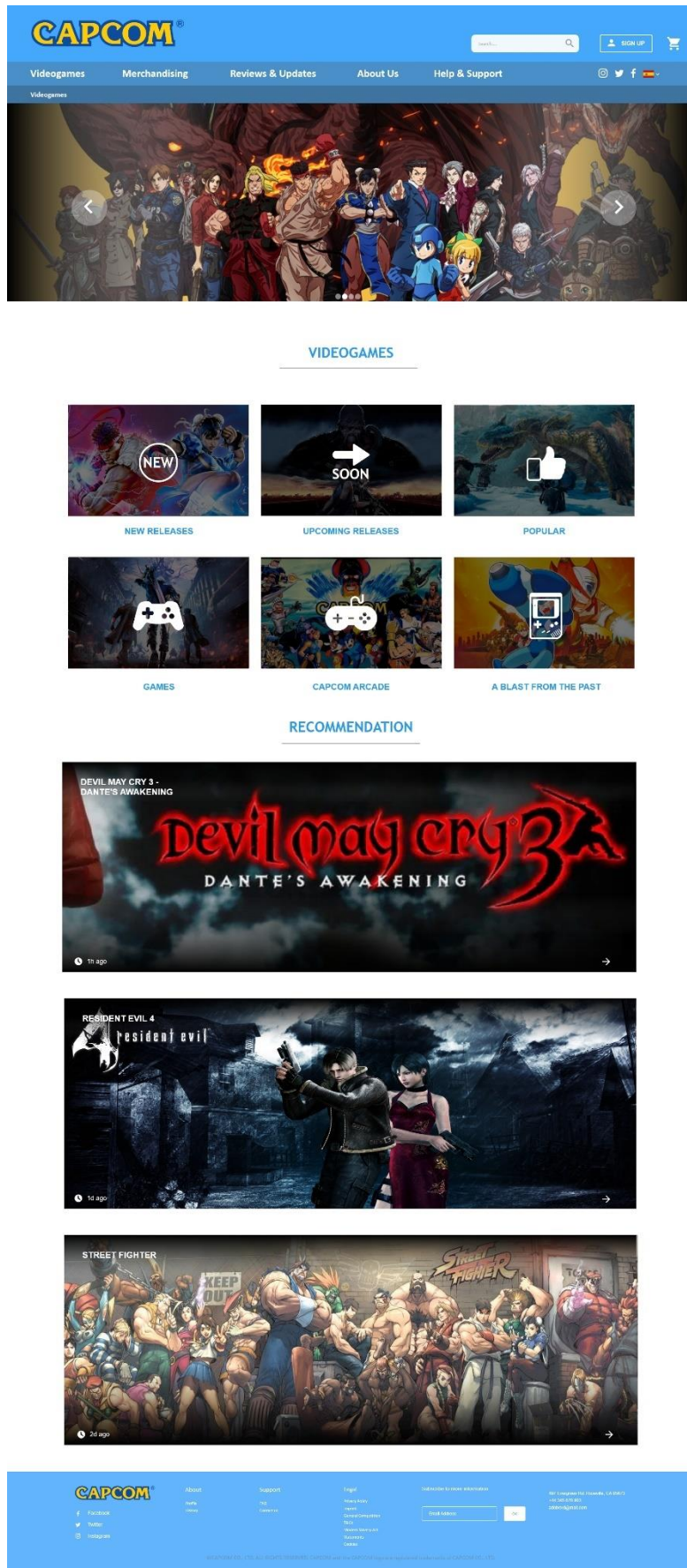
2d ago

### Can Resident Evil 3's sustain the momentum?

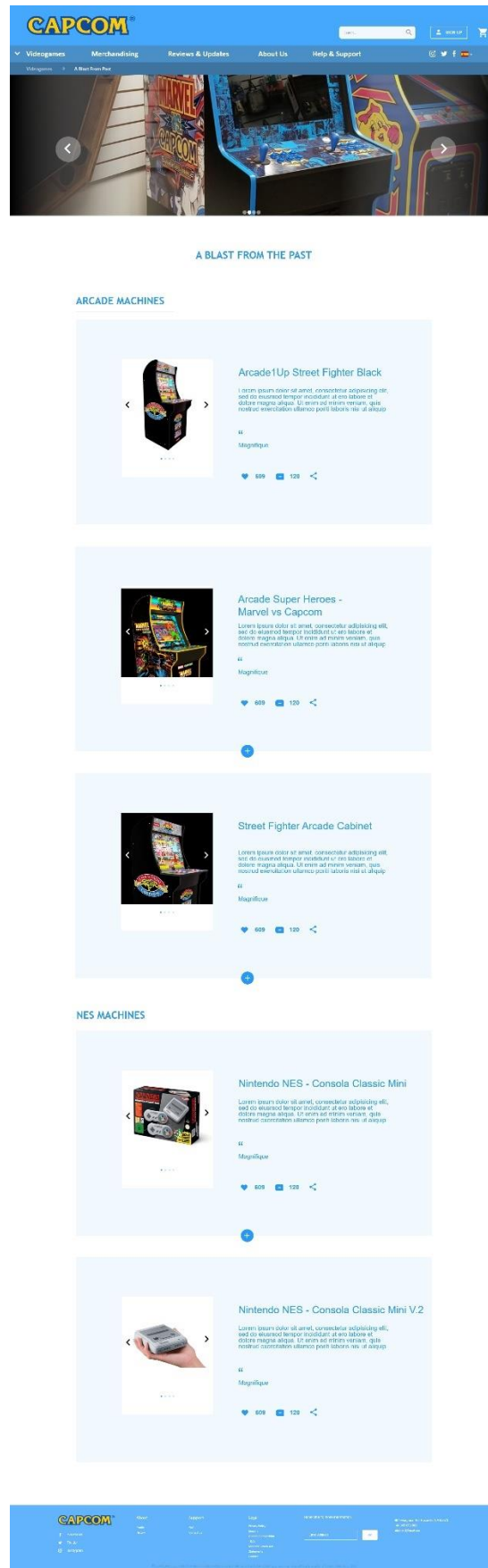
With 2019's Resident Evil 2, the franchise reached an impressive new high; this year's Resident Evil 3 might not be able to live up to expectations.

609 120



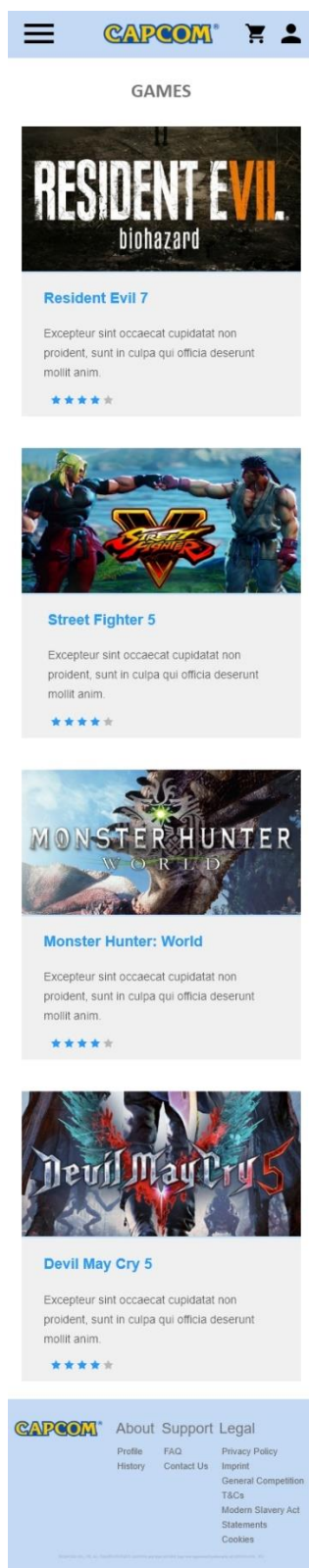


Videogames



*A blast from the past*

## 2.2. Aplicación



Games







HOME

## LATEST NEWS



**Monster Hunter Generations Ultimate**

Monster Hunter Generations Ultimate discounted to under \$30 on Switch

120 120



**Resident Evil 2**

Resident Evil 2 Taught Me How to Get the Better of My Depression

120 120



**Resident Evil 3**

We show you new exclusive images and new gameplay!

120 120



**Street Fighter V**

Street Fighter 5:Champion Edition receives a free performance benchmark tool for PC

120 120

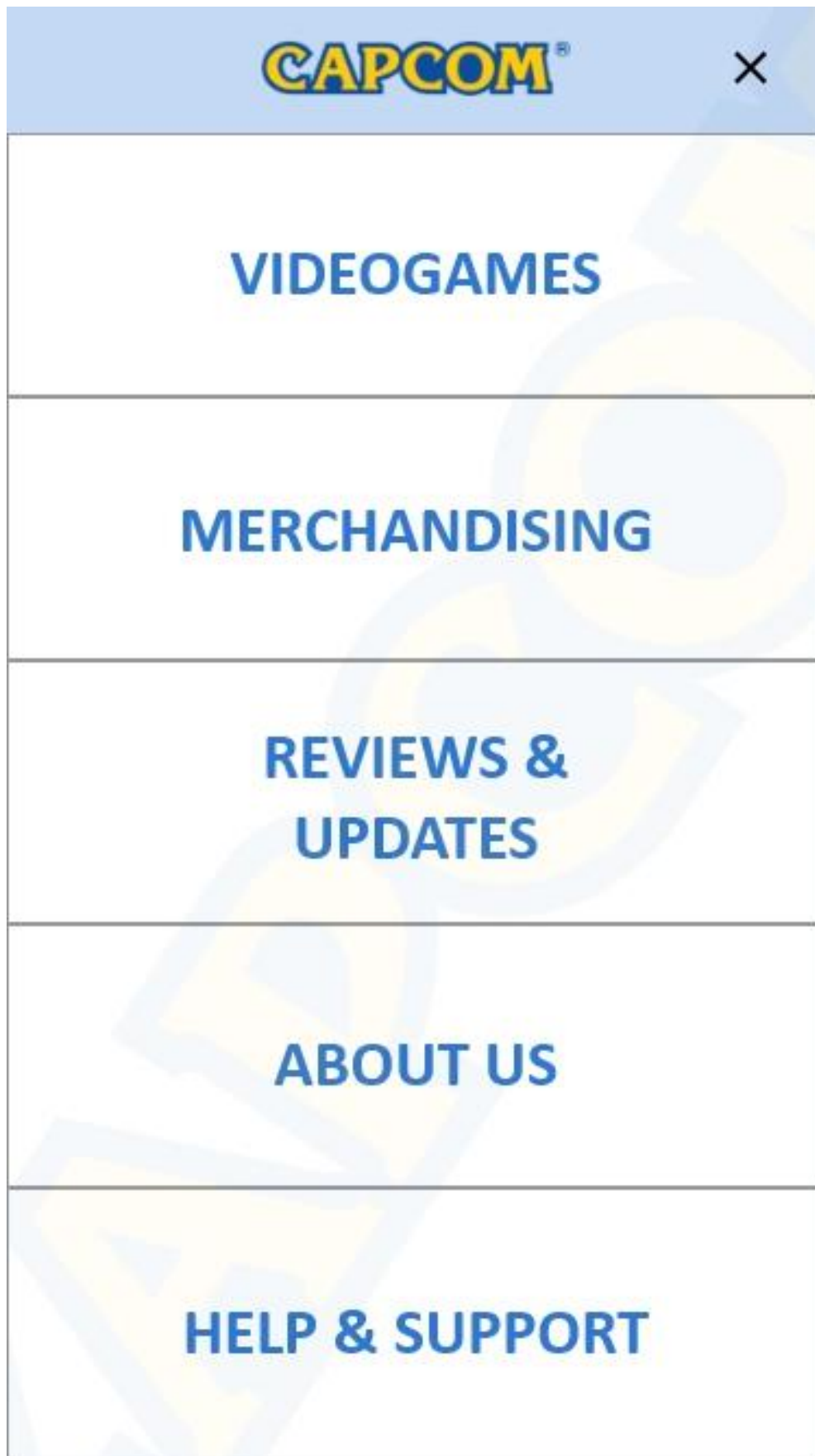


[About](#)
[Support](#)
[Legal](#)

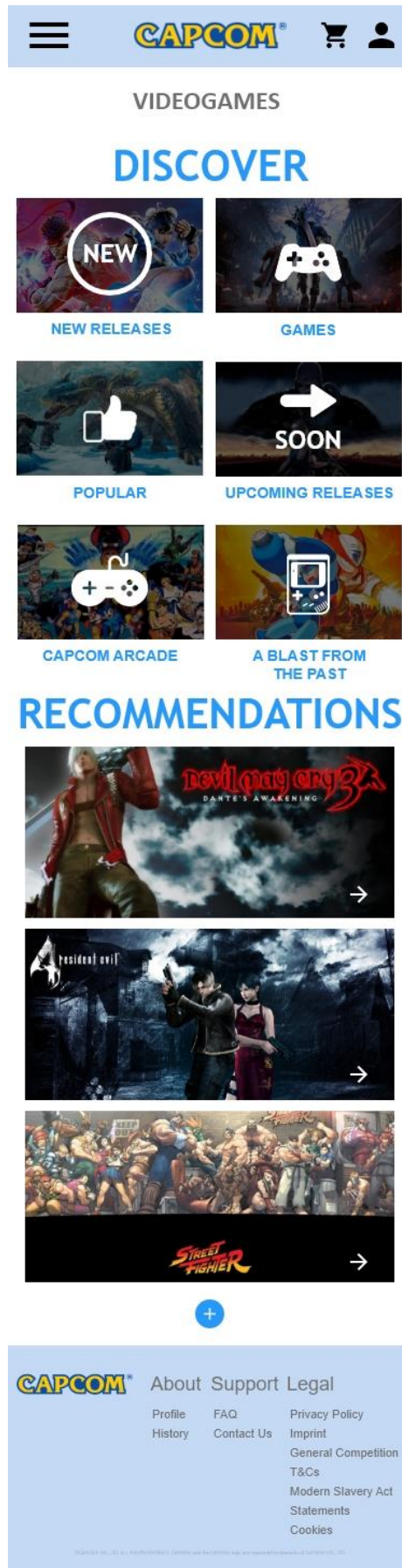
<a href="#">Profile</a>	<a href="#">FAQ</a>	<a href="#">Privacy Policy</a>
<a href="#">History</a>	<a href="#">Contact Us</a>	<a href="#">Imprint</a>
		<a href="#">General Competition</a>
		<a href="#">T&amp;Cs</a>
		<a href="#">Modern Slavery Act</a>
		<a href="#">Statements</a>
		<a href="#">Cookies</a>





©2019 CAPCOM CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED. CAPCOM, MONSTER HUNTER, RESIDENT EVIL, and STREET FIGHTER are registered trademarks of CAPCOM CO., LTD.

Home




*Menu (Full Screen)*





## MUSIC




☒ Popular
 ☐ Recently Added
 ☐ Our Recommendation
 ☐ Favorites





**Song 1** John Doe

2:45  3:56





**Song 2** John Doe

 3:56





**Song 3** John Doe

 3:56





**Song 4** John Doe

 3:56





**Song 5** John Doe

 3:56





**Song 6** John Doe

 3:56





**Song 7** John Doe

 3:56





**Song 8** John Doe

 3:56





**Song 9** John Doe

 3:56



**Song 10** John Doe

 3:56



[About](#)
[Support](#)
[Legal](#)

[Profile](#)
[History](#)

[FAQ](#)
[Contact Us](#)

[Privacy Policy](#)
[Imprint](#)
[General Competition](#)
[T&Cs](#)
[Modern Slavery Act](#)
[Statements](#)
[Cookies](#)

©2020 CAPCOM CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED. CAPCOM and the CAPCOM logo are registered trademarks of CAPCOM CO., LTD.

Music







REVIEW & UPDATES

Recent Reviews

Is Resident Evil 7 a good game?



"So Good, so Fresh!" Last hour +

Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est eopksio laborum. Sed ut perspiciatis unde

Another Reviews

Resident Evil 3 Remake:  
New Gameplay Available
1 h ago


Devil May Cry is GOTY!
1 d ago


Devil May Cry is GOTY!
+

Company Updates


**Capcom Co., Ltd**
1h ago

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut ero labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim


**Capcom Co., Ltd**
2d ago

Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim.


**Capcom Co., Ltd**
3d ago

+

Best Rated Games



**Street Fighter II: The World Warrior**  
1991



**Resident Evil 7: Biohazard**  
2017



**Resident Evil 4**  
2005



**Resident Evil 2**  
1998



**Devil May Cry**  
2001

+

eSports

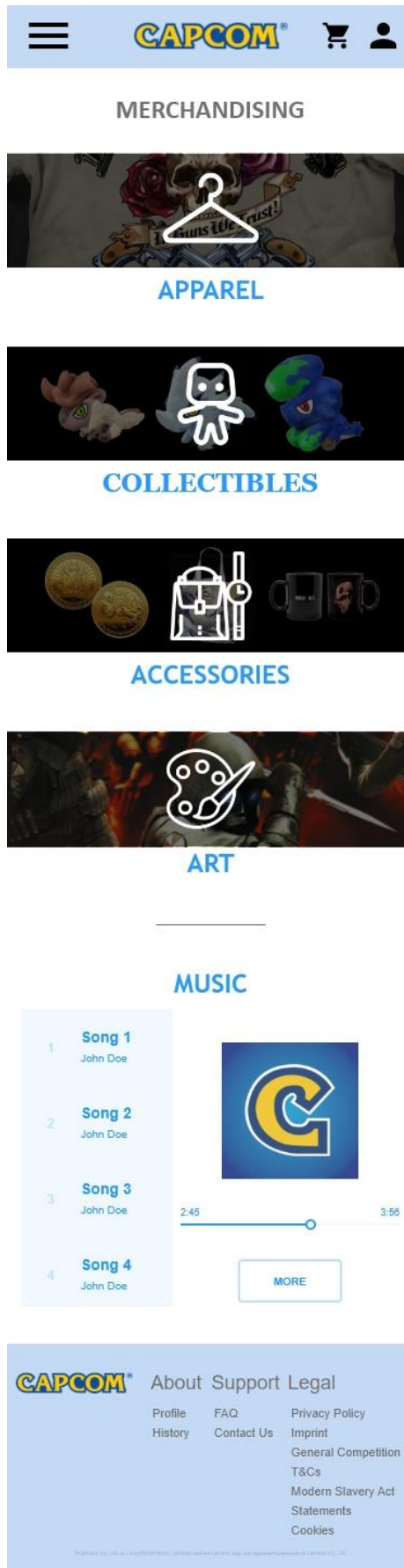
Become an Ambassador

CAPCOM

About Support Legal

Profile History
FAQ Contact Us
Privacy Policy Imprint General Competition T&Cs Modern Slavery Act Statements Cookies

Reviews And Updates



Merchandising




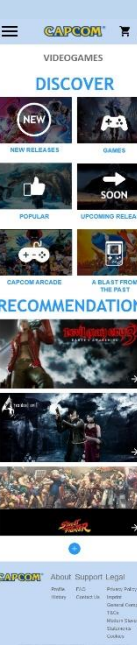
### 3. Postmortem del proyecto

En este punto expondremos las mejoras que hemos aplicado a nuestra nueva versión de la web y de la app. En principio hemos recogido todas las propuestas de mejora que nos comentaron los usuarios, de estas hemos escogido las más repetidas y las más viables. Cabe recordar que nosotros hacemos un rediseño de la web, es decir no pretendemos modificar mucho la estructura de la web, más bien modificar el UI.

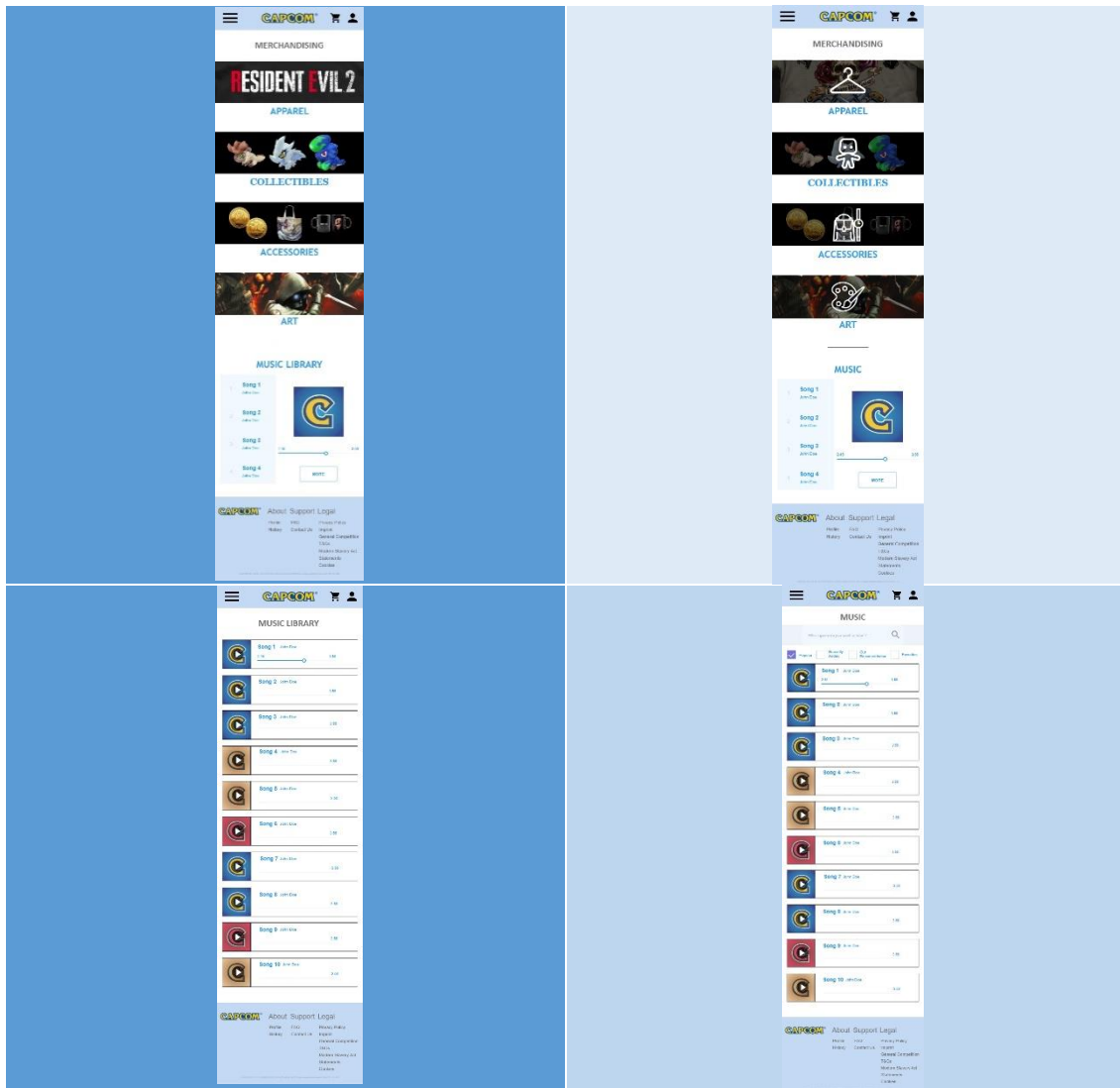
Esta tabla recoge las propuestas **aceptadas en azul** y aquellas **rechazadas en rojo**.

Pantalla	Propuesta
General	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Añadir funciones para ordenar categóricamente.</li> </ul>
Home	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Botón de los comentarios eliminado en los de Reviews &amp; Updates.</li> <li>• Modificar las rallas del menú, algún usuario piensa que son del apartado de Videogames o más bien se utilizan para el móvil.</li> </ul>
Videogames	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imágenes/Textos más orientativos, así el usuario entenderá que no está en el apartado de Games.</li> <li>• Desplegable de las opiniones.</li> <li>• Poner todos los juegos en videogames i después allá hacer categorías.</li> <li>• Reducir los apartados, que se mas intuitivo.</li> </ul>
Merchandising	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modificar los apartados de merchandising, para que se mas fácil acceder, da la sensación de que si no lo lees no sabes llegar.</li> <li>• Hacer la página más para tontos, añadir toda la ropa en merchandising i allá después hacer filtros.</li> <li>• Filtrar los precios.</li> </ul>
Music	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Simplificar el nombre de music library a music.</li> </ul>
Reviews & Updates	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colocar en un lugar diferente que no sea en la página principal.</li> </ul>

Además, hemos creado esta tabla, donde se puede apreciar él antes y él después de todas la páginas de la web y la app. Cabe decir que algunas páginas no han sido modificas, por eso solo mostraremos aquellas donde ha habido una propuesta de mejora.

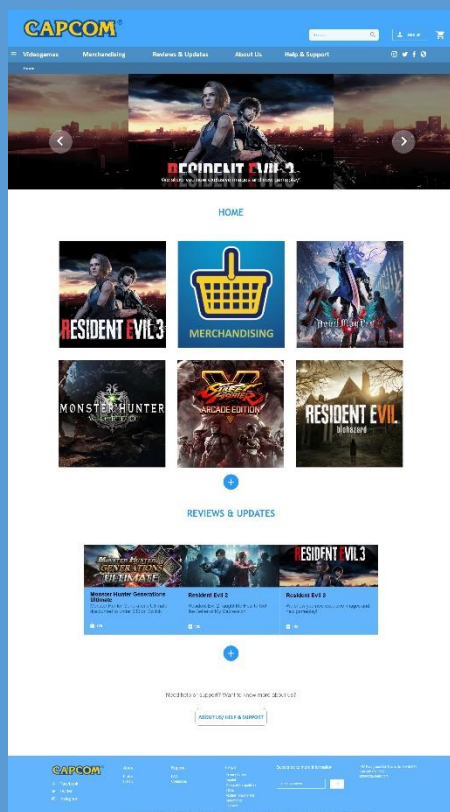
Aplicación	
Antes	Después
	
	



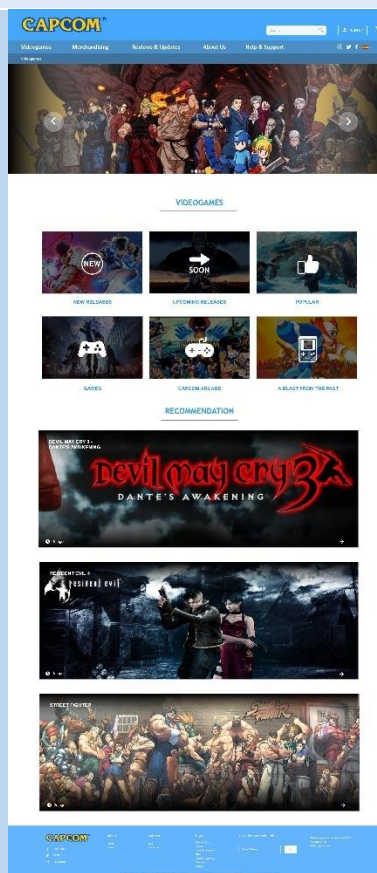
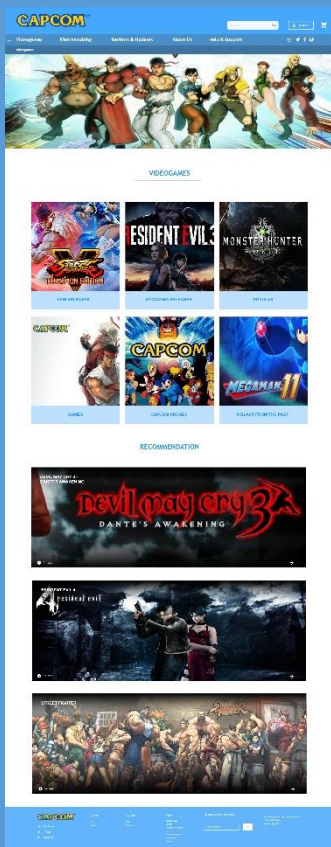
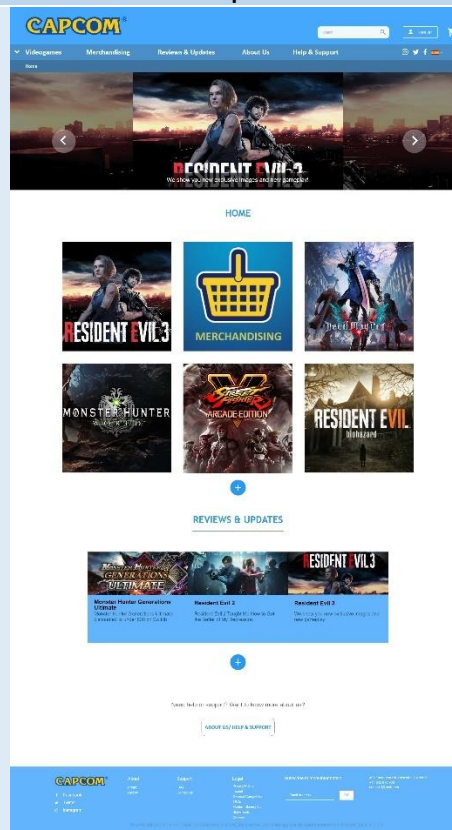


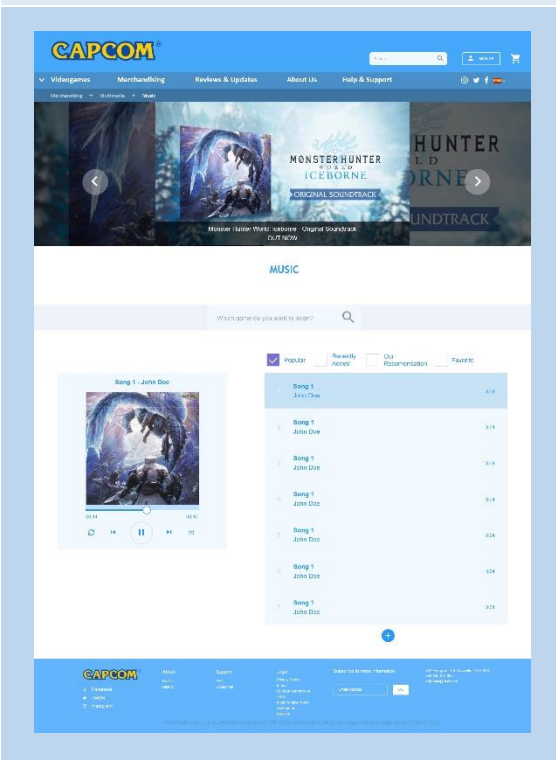
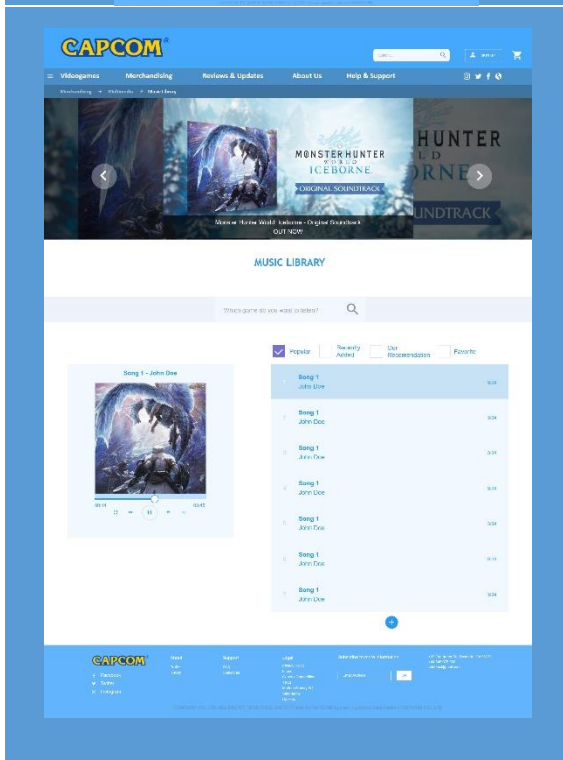
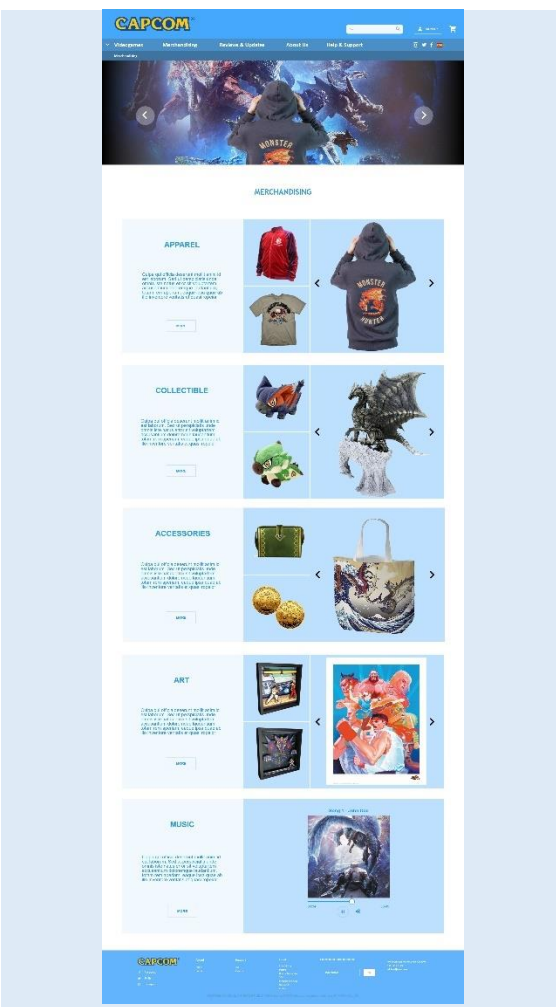
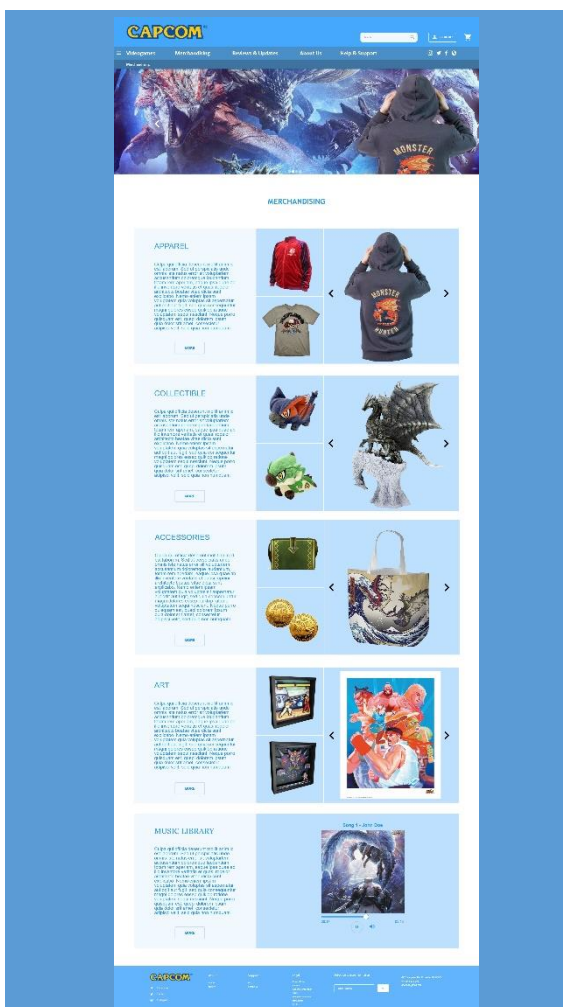
## Web

### Antes



### Después





## 4. Plan de Marketing

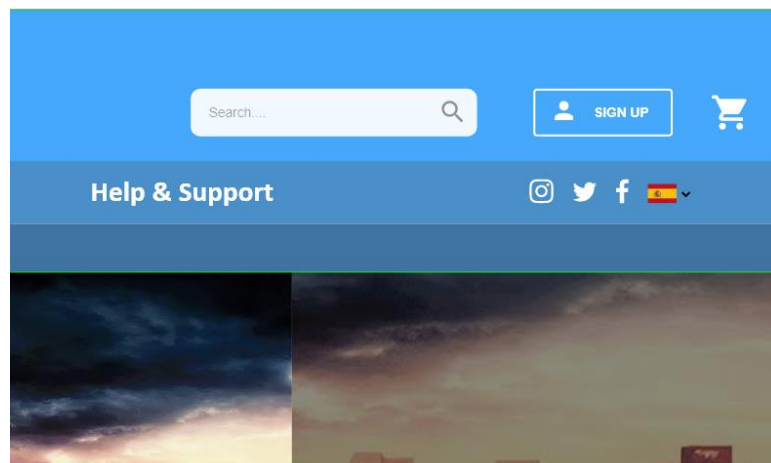
Después de analizar las diferentes estrategias de marketing, nos hemos decantado por 3:

- **Marketing de Posicionamiento en Buscadores**

Capcom es una empresa conocida mundialmente a lo largo de los años, su nombre es único i lleva en el mercado desde 1979. Al ser una empresa tan reconocida su nombre debe estar en lo más alto de los buscadores, nuestra tarea es rediseñar su página web, pero también moldear una mejor estrategia de marketing.



Como se puede apreciar en esta imagen, la estrategia de marketing de Capcom en cuanto a posicionamiento en buscador es algo confuso, dado que una vez que accedes al link de "Capcom" te redirige a una de las diferentes webs en función del continente/país.



Como bien se ha comentado, queremos hacer una página universal, donde mediante la opción de idioma podremos escoger el que se precise. El idioma predeterminado será el inglés.



- **Marketing de Merchandising**

Otro de nuestros puntos de fuertes de la estrategia de marketing, es el merchandising. Consistirá en un plan tradicional de promover ropa, coleccionables, accesorios de los juegos disponibles en el mercado, e ir renovándolos a medida que estos sean lanzados.

Además, queremos premiar nuestra sección de merchandising con un sistema fresco e innovador. Cuando un cliente compre uno de nuestros productos, en ello cabra una posibilidad de 1 entre 1000 de que te toque una prenda de ropa del producto comprado. Esta psicología incitará al cliente a comprar otro juego o bien una prenda de ropa.

Esto no es todo, queremos jugar más con su psicología, para ellos haremos unos packs/ofertas que serán muy atractivas para el cliente.



Plantearle al cliente que un juego vale 59,99€ y una gorra 9,99€ donde el pack saldrá a unos 69,99€, o bien modificar la psicología, ofreciendo un pack de un juego valorado en 69,99€ + una gorra gratis, este será más atractivo al cliente.

- **Marketing de Patrocinio**

Como última opción para nuestra estrategia de marketing aplicaremos una estrategia centrada en el patrocinio. Para ello enviaremos productos y mayoritariamente videojuegos de la compañía a youtubers y streamers los cuales suelen crear contenido que atrae a gente que juega a videojuegos.

Principalmente, regalaremos nuevos lanzamientos de nuestros videojuegos a youtubers y streamers con una fan-base un poco pequeña pero no demasiado, para así asegurarnos de que suben videos sobre nosotros. Esto lo hacemos porque probablemente estos creadores de contenido no reciban muchas ofertas de compañías tan grandes, así que es muy probable que suban videos sobre ello.

A parte de esto, nos aseguraremos sobre todo de gustar a youtubers y streamers con muchos seguidores, para ello les enviaremos paquetes, no solo con nuestros juegos, sino con coleccionables y piezas de ropa y arte únicas; de esta manera nos aseguraremos de caerles bien porque tendrán objetos únicos en el mundo de una compañía tan grande como lo es Capcom. Esto provocará que suban contenido en sus plataformas sobre nosotros y así nos verán y conocerá mucha más gente.



## **5. Conclusiones**

Durante este semestre hemos aprendido de principio a fin a diseñar y crear un diseño web a la vez que uno de App. Hasta ahora solo habíamos creado ideas y mockups, pero ahora finalmente hemos creado un diseño. Aplicar toda la teoría que hemos aprendido nos ha hecho poder ver unos buenos resultados y también poder aprender de nuestros errores.

Este proyecto, sin duda, nos ha servido mucho para saber qué y cómo debemos hacerlo en el caso de que algún día en nuestro futuro necesitemos crear un diseño, no solo para web sino para cualquier otra cosa. Nos hubiese gustado poder trabajar desde la universidad para poder ver cómo es un playtesting de verdad, pero aun así hemos disfrutado haciéndolo on-line y creemos que también nos puede llegar a ser útil.

Además, creemos tener unos conocimientos sobre el diseño i la usabilidad algo avanzados en comparación al inicio del primer semestre. Estamos muy orgulloso del resultado de nuestro proyecto, el esfuerzo dedicado no ha sido en vano.

Trabajo realizado 50/50, Pau se ha encargado un poco más de el documento y Oriol un poco más de corregir los errores de la web y la app, pero al fin y al cabo hemos trabajado cooperativamente y 50/50.