

# HDV

## Plan de Comunicación

12/01/2012

---

El Tocador de la Novia

# HDV

## Análisis de Situación

Nueva Empresa  
No se conoce la Marca en Alicante

Localización tienda

Conocimiento del Sector

Posicionamiento de Marca  
“El tocador de la Novia”

Llevar a la gente

Experiencia de Marca y Producto



# HDV

## Datos Relevantes

### Bodas en la provincia de Alicante

6.025 en el 2010

7.500 en el 2010

Matrimonios Homosexuales

Nada despreciable

### Periodo de más bodas:

De Mayo a Agosto, adelantar algunas estrategias

### Buena localización e imagen de tienda

Zona de Influencia y Competencia

### El coste publicitario tradicional: prensa, radio, folletos, etc.

Es demasiado Caro, INVERTIR en Online



# HDV

## Objetivos

Posicionar la marca lo máximo posible en la provincia de Alicante y poner los medios necesarios para que nos encuentren.

El tercer factor va a depender de vosotras, es necesario dar una **buena imagen y trato** para que no solo vuelvan sino que se conviertan en FANS y nos recomienden.



# HDV

## Plan de Acción

### Estrategia Online

Bajo Coste, facilidad de acceso al público objetivo

- Registro dominio: por ejemplo: [www.eltocadordelanoviaalicante.es](http://www.eltocadordelanoviaalicante.es)
- Creación Landing Page ó página de aterrizaje.
- Geolocalización
- Campañas en Adwords: Google y Facebook
- Alta en portales temáticos: bodas.net, bodaclick, tuboda.com, etc.
- Planificar hitos de comunicación

### Ventajas

Se pueden Medir, bajos costes



# HDV

## Registro de dominio

Debe ser un .es, podemos hacer dos tipos de adquisición:

Por representación de la firma: [www.eltocadordelanoviaalicante.es](http://www.eltocadordelanoviaalicante.es)

Por posicionamiento a través de palabras clave: [www.complementosdenovia.es](http://www.complementosdenovia.es)

## Ventajas

Poder posicionarnos geolocalmente, poder realizar campañas online y alta en portales.



# HDV

## Landing Page

Página web de aterrizaje, se utiliza para posicionamiento web. Nos permitiría posicionarnos en Google a través de la Geolocalización y poder realizar campañas a través de Internet por Adwords o bien Facebook.

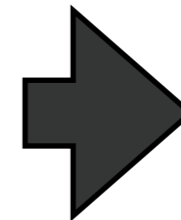


ACTIVIDAD

PRINCIPALES PRODUCTOS

LOCALIZACIÓN

BLOG



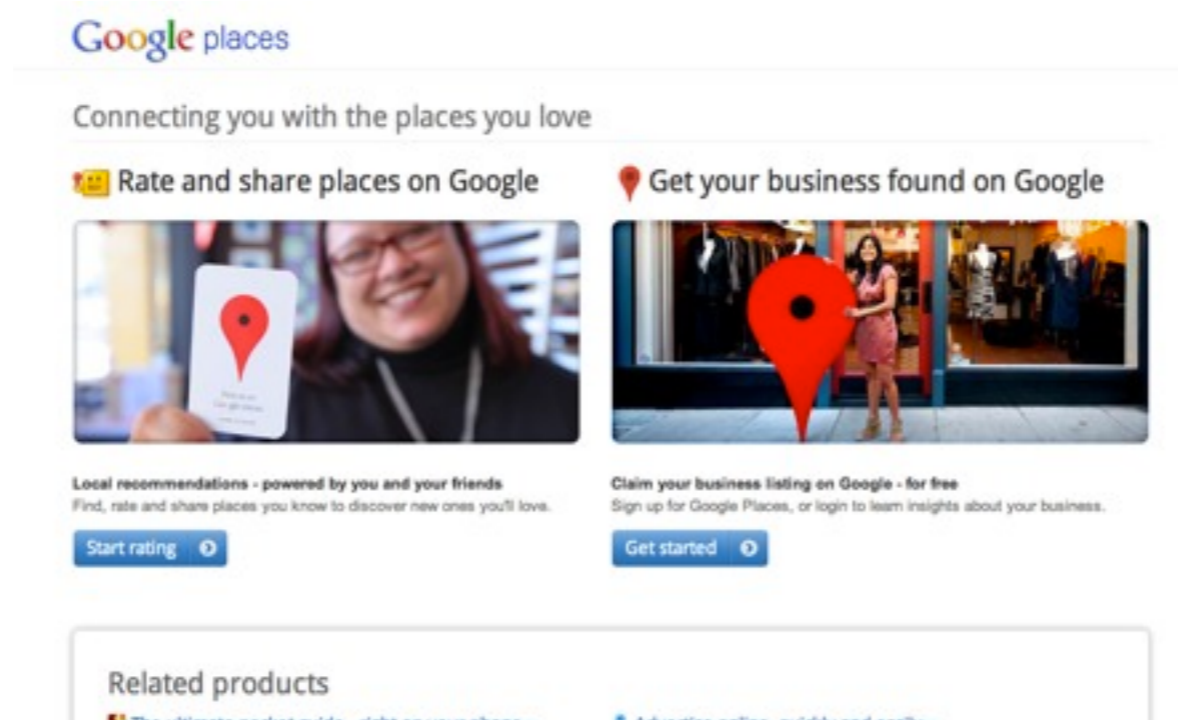
<http://www.eltocadordelanovia.com/>



# HDV

## Geolocalización

A través de Google y Yahoo Search, podemos posicionar la empresa en la zona de influencia “Provincia de Alicante” con las tres palabras clave de búsqueda de los internautas más buscadas.



Alta en Analytics, para evaluar las campañas.





# HDV

## Campañas en Google y Facebook

### Google

Localización por términos o palabras clave, se debería contratar un plan básico e ir incrementando en función de resultados.

Las acciones se centrarían en Adwords y podemos incrementar con Adsense a través de gmail o portales temáticos.

### Facebook

A diferencia de google, podemos filtrar mucho más nuestro público objetivo en función de la localización: a 50km de Alicante, que sean mujeres y que tengan una edad entre 25 y 35 años.

Sería necesario crear un perfil y página de presentación

Acciones estratégicas para ganar fans.

**Groupon, privalia, etc.**



# HDV

Alta en portales temáticos

## Bodas.net

Realizan campañas de posicionamiento global, es el más representativo y cuenta con inscripción: gratuita o destacada.

Cuentan con casi el 50% de registros de bodas de Alicante. Por ello considero que es una acción 100% necesaria.

Pueden enviar Newsletter y acciones directas a vuestro público objetivo.

El coste varía entre un 800 a 1.500 €.

## Otros portales

Al igual que bodas.net existen otros portales que sería necesario estar y darse de alta, en muchos casos es gratuito y en otros el coste es bajo.

BODACLICK | TUBODA | TODOBODA | BODAS | GUIA DE NOVIO



# HDV

## Plan de Acción

### Estrategia Offline

- Valla de Localización y Posicionamiento de Marca.
- Radio
- Acciones publicitarias en calle
- Pantallas digitales
- Acciones Estratégicas de colaboración
- Toma de Datos

### Ventajas

Posicionamiento de Marca, alto coste



# HDV

## Valla de Localización

Dado que la empresa es nueva y no se encuentra en la calle principal de actividad, podemos intentar realizar una acción de permisos para posicionar marca y hacer llegar de una manera más rápida y de bajo coste a los clientes.



Aprovechar la posibilidad de que como mucho se podrá hacer este año.



# HDV

## Radio

Aunque el coste de cuña es muy caro, convendría hacer alguna acción durante los meses de mayor volumen de bodas.

Mi recomendación es hacerlo en los 40 principales y cadena Dial. Y entre semana en periodo de salida de trabajo o a primera hora de la mañana.

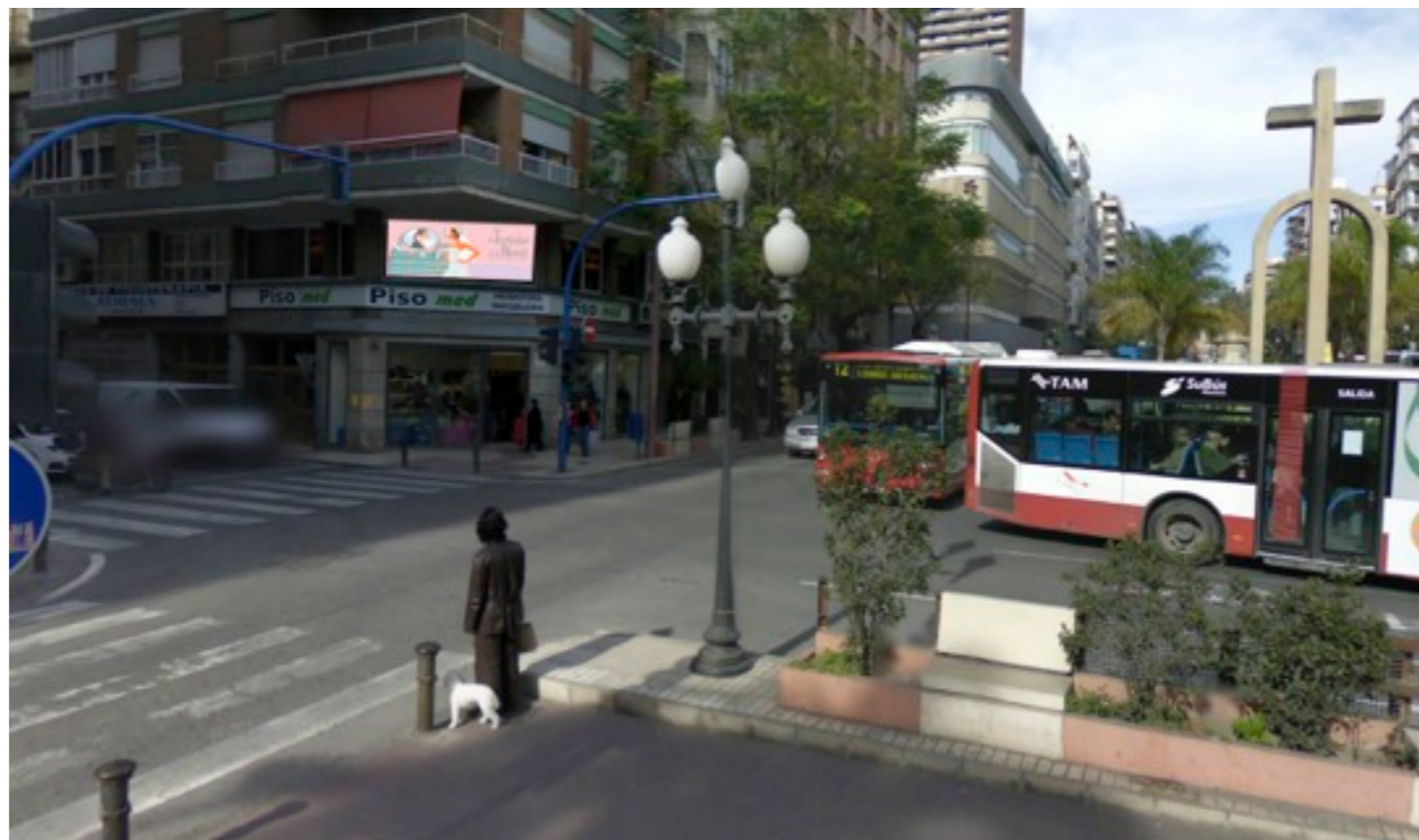


# HDV

## Pantallas Digitales

El coste es muy bajo por la novedad y la repercusión muy alta, tenéis situada una enfrente de NESPRESSO que es la que más vistosidad y cercanía tiene a la tienda.

Cogeríais la entrada de vehículos y las hogueras.



Mucho tráfico de personas



# HDV

## Acciones en Calle

Durante los meses de mayor venta, podemos reforzar con acciones a través de azafatas que indiquen a la gente la localización con un pequeño flyer. Se haría los viernes y sábados por la mañana en la calle Gerona.

## Acciones Estratégicas de colaboración

Debéis intentar llevar a la gente a través de empresas o actividades complementarias. Por ejemplo: en tiendas de caballeros o en reclamos para novias. Se pueden personalizar para saber que índices de incidencia tienen cada una de ellas.

El problema lo veo con las tiendas de vestidos y es que vosotros también vendéis.

Pero bueno hay que forzar el tema de los zapatos ya que esto no lo cubren bien los modistos. Y tenéis más de 450 modelos de zapatos.



# HDV

## Toma de Datos

Debemos conocer a nuestros clientes, para poder hacer acciones y poder medir. Para ello sería necesario hacer alguna estrategia centrada en la toma de dichos datos a través de estrategias en tienda con producto propio.

Aunque no se vayan a casar más veces si pueden conocer a personas que lo van a hacer o bien saber que edad o de que zona de Alicante o de fuera vienen o como nos han conocido. es muy importante que la estrategia no sea invasora que no se sientan al de facilitarnos los datos





# HDV

## Pedir a la firma

- Logotipo trazado o vectorial y Tipografías
- Banners o diseño de flyers
- Vídeos
- Plan de comunicación para el 2012



# HDV

## Inversión estimada

Registro de Dominio	14,95 € /año
Alojamiento Web	5,00 €/mensuales
Landin Page y blog	€ 300,00
Analytics, Google place, Sitemap, perfil Facebook	€ 150,00
Campaña de Google	de 55 a 150,00 €/ mes
Campaña en Facebook	50 a 100,00 € / mes
Alta en Bodas.net y portales	0 a 1.500,00 €/ año
Valla de Calvo Sotelo	
Diseño de Flyers, newsletters, video	A presupuestar
Azafatas “hacer uniformes”	
Pantallas digitales	150 a 200,00 € / mes

# HDV

## Planificación y mantenimiento

**HDV**, es una agencia de Comunicación ,Marketing Off y Online. Estamos certificados por Google para la creación y desarrollo de campañas Online a través de [www.mejorpuesto.es](http://www.mejorpuesto.es)

Pueden visitar nuestra página web en [www.hdv.es](http://www.hdv.es)

Creemos que en la fase de lanzamiento, sería necesario contar con un equipo profesional que planifique la campaña, los tiempos de actuación y que fuese analizando cada una de las acciones.

Esto permitirá tener una dirección de actuación en los siguientes periodos y además consideramos necesario disponer de una agencia que diseñe cada uno de los elementos.

## Presupuesto

Plan Estratégico	€ 750,00
Análisis y presentación de Informes Mensuales y fijación de Nuevas estrategias	€ 150,00 / mes
Acciones de Implementación	según trabajo

