

El secador JBL Edition transforma la rutina de secado en una experiencia cómoda y divertida, fusionando un motor silencioso con la tecnología de audio de alta fidelidad de JBL y conectividad con Bluetooth. Esto permite a los usuarios disfrutar de música, podcasts o incluso atender llamadas mientras se secan el cabello, posicionando al producto como un dispositivo premium que combina innovación, diseño y funcionalidad.

El proyecto sigue una estrategia de segmentación dual, con un modelo dirigido a jóvenes nativos digitales que buscan integración tecnológica, y otro pensado para usuarios mayores que valoran la simplicidad y la reducción de ruido. Ambos comparten un público objetivo común: personas con abundante cabello que utilizan el secador con frecuencia, quienes se benefician de una experiencia más placentera y personalizada.

La viabilidad económica se basa en bajos costes de producción en China y en la integración de componentes de audio de calidad, lo que permite un precio de venta de 149-199€ frente a un coste aproximado de 25€ por unidad, asegurando márgenes altos. La colaboración con JBL y plataformas como Spotify refuerza la propuesta de valor, ofreciendo un producto innovador, escalable y de alto rendimiento.

La estrategia de comercialización combina canales digitales y tradicionales, con presencia en redes sociales, influencers, televisión y distribución en tiendas y salones de belleza, garantizando un amplio alcance, prestigio y experiencia directa del producto. Con materiales ligeros, un diseño ergonómico y tecnología de audio integrada, el secador JBL Edition asegura un secado rápido, seguro y saludable, convirtiéndose en un dispositivo que une eficiencia, entretenimiento y una calidad premium.