

■ 3. CANALES (estrategia real)

Canales digitales

El principal canal será la app móvil, concebida como el eje de la experiencia del usuario, desde la inspiración hasta la conversión. La web funcionará como apoyo, orientada a la captación de nuevos usuarios, consulta de información y posicionamiento de marca.

En redes sociales, se trabajarán distintos enfoques según la plataforma:

- TikTok se utilizará para generar contenido viral, mostrando transformaciones de looks, tendencias y vídeos dinámicos.
- Instagram se centrará en outfits diarios, reels inspiracionales, stories y colaboraciones con marcas y creadores.

Se reforzará la visibilidad mediante influencers de moda y lifestyle, alineados con los valores de la marca. Además, se implementará email marketing personalizado según intereses y comportamiento del usuario, junto con push notifications inteligentes para comunicar novedades, recomendaciones y promociones relevantes.

Estrategia de captación hacer charlas por instis

La captación se basará en una combinación de contenido educativo y de entretenimiento, que aporte valor y refuerce la conexión con la audiencia. Se impulsarán colaboraciones con creadores de contenido para ampliar el alcance y generar confianza.

Como apoyo, se utilizarán campañas de retargeting publicitario para impactar a usuarios interesados y una estrategia de SEO aplicada a un blog de moda, orientada a atraer tráfico orgánico cualificado.