

Posicionamiento De Marca

Para la marca VIRGEN, debemos tener en cuenta los gustos y preferencias de nuestro consumidor (lugares de preferencia, actividades del común, que comen, que escuchan con quien se relacionan, si estudian y que carreras estudian) de esta forma podemos realizar campañas de lanzamiento enfocadas directamente a lo que es VIRGEN y así desde un principio nuestras consumidoras reconozcan en nuestra marca un estilo de vida y lo acojan como propio.

Según los atributos del producto se sugieren un grupo focal donde se tiene claro que nuestro grupo objetivo son mujeres jóvenes, interesadas por el mundo de la moda que quieren de sus prendas un icono de su personalidad, marcando siempre un factor diferenciador con el grupo de personas de las que se rodean.

El fin de este estudio es identificar que sienten al ver nuestra marca, que piensan de ella y la similitud que puede llegar a tener con la proyección de la competencia.

Plan de acción

Se reconoce en VIRGEN el factor elegante, y diferenciador que queremos nuestro público objetivo frente a sus prendas de vestir, sin embargo queremos llegar a cada mujer que quiera marcar esa diferencia y lo haga parte de su diario vivir.

Campaña de expectativa.

Generar espacios en lugares públicos a campo abierto donde se vean personas del común (según el perfil de nuestras consumidoras) realizando sus labores diarias, con el factor diferencial que las van hacer en escenografías completamente diferentes a las cotidianas. Bajo el lema:

“Rompiendo paradigmas”

El fin de este lema es que nuestro grupo objetivo identifique, cuales son los paradigmas que tienen en su vida cotidiana, que quieren cambiar, como lo pueden hacer. Queremos que cada una de las personas que ve este mensaje se pregunte. ¿Quiero ser uno más de la fila?

Ubicaremos esta toma en lugares como entradas a los principales teatros, museos, cines, y espacios urbanos ricos en arquitectura; acompañado así de música y muestras de arte como pintura y danza. Durante 3 semanas escogiendo los días según el flujo de público que se encuentre en dichas locaciones. (El éxito de la campaña de expectativa se enfoca en que durante estas tomas el grupo e investigación cuestione lo que las personas piensan que están diciendo, de que creen que están hablando y aprovechar esa curiosidad para que por cuenta propia nuestros consumidores visiten nuestras redes sociales, que como es de esperarse solo tendrán contenido de expectativa).

Pasado el tiempo determinado para esta campaña, manejaremos el tema de redes sociales con más fuerza esta vez haciendo tomas fotografías de nuestro producto con el fin de invitarlos a que hagan parte de esta experiencia.

¿Cómo?

Thina Rodríguez

Empezaremos a ganar seguidores generando contenido con todo lo relacionado a la identidad de nuestra marca. Temas de música, pintura, cine arte y eventos culturales que sean del interés de nuestro grupo objetivo; en este momento reconoceremos cuantas personas nos han visitado, que les gusta y que es lo que ellos esperan de nosotros (pidiendo comentarios y publicaciones, sin olvidar dar la comunicación entre empresa-cliente).

El gran evento se llevara a cabo 15 días después de empezar con el tema de las redes sociales, Facebook, twitter, instagram entre otros, generando así la invitación formal para que artistas urbanos, personas con intereses definidos con lo que respecta a la moda y cultura urbana. Puedan ser invitados hacer parte de una exposición de ARTE, donde se mostrara al mundo la llegada de VIRGEN.

La gran noche

Utilizaremos un lugar icono de lo que representa la urbe, el arte la elegancia y lo diferente para que nuestros invitados lleguen con la mentalidad de *Romper paradigmas* y se rodeen con personas que siguen sus mismos gustos dispuestos abrir sus mentes y disfrutar de la noche.

En la entrada del lugar se verá un show de malabares con estilos nocturnos resaltando siempre nuestro color el NEGRO. Les dará la bienvenida un ser misterioso que les preguntara, si son personas de mente abierta dándole un toque de misterio al evento.

Estando adentro podrán disfrutar de muestras de pintura donde ellos también podrán pintar sus propios cuadros, zona de fotografía interactiva ya sea como fotógrafo o como modelo, zona de música para los más arriesgados que quieran ambientar el evento con su estilo.

Cuando el evento se encuentre en el estado de excitación más alto se dará inicio al lanzamiento de la marca VIRGEN desde aplicativos para los celulares que están en el evento (se les pedirá a los asistentes conectarse directamente a al código que estará "tatuada" en las modelos que llevan puestos los diseños y así conocer nuestra marca) se abrirá paso a la pasarela que no solo mostrara las prendas sino que también mostrara el talento de los asistentes que participaron en cada una de las zonas. Queremos demostrar que nos solo queremos vender ropa, también somos cultura y pensamientos que el mundo está diseñado para las personas que abren su mente y se arriesgan a más.

El lanzamiento se hará también en redes sociales para que las personas que no pudieron asistir al evento haciendo videos en vivo para que sigan el evento y comente sobre las creaciones de las demás personas. Desde el principio con VIRGEN te vas hacer notar.