

Joyeria Guillermo

PLAN MKT



¿Quiénes somos?

Joyería Guillermo es una joyería que nace en 1958, fundada por Guillermo Ferrao en un cruce de caminos entre Cangas de Onís y parres, Asturias. A medida que le fueron yendo bien las cosas la Joyería fue cambiando de un local a otro buscando siempre la mejor localización y un local más grande. Actualmente Joyería Guillermo se encuentra en la calle principal de Ribadesella. Fueron años complicados, pero Guillermo siempre lo hizo con recursos propios, nunca solicitó ninguna clase de préstamos, por lo cual fueron lentos sus pasos, pero siempre con el objetivo de crecer.

Diversificó no solo en el negocio de la joyería y relojería, sino que también amplió el negocio con trofeos deportivos. Su negocio se adaptaba dependiendo de lo que quiere el mercado. Ángeles Martino, su mujer y más adelante cofundadora siempre le apoyó y le ayudó en todo. Hoy en día Ángeles Ferrao es la diseñadora, artesana y empresaria encargada del negocio. Gracias a ella la Joyería dio un paso mas grande dentro del mundo de la joyería y se ha ganado un hueco muy importante creando su marca y estilo propio.

Situación actual en internet

Joyería Guillermo cuenta con solo Facebook y está geolocalizado en Google. Aunque realmente su Facebook no está en uso por tanto no tiene casi presencia en internet ni en el mundo de las Redes Sociales.

DAFO

El Análisis DAFO es un método para analizar las debilidades y las fortalezas de la empresa, así como las amenazas y las oportunidades que presenta el entorno. Por tanto, el objetivo es conocer las ventajas competitivas de la empresa para poder desarrollar la estrategia que más le conviene en función de sus propias características.

Joyería Guillermo

DAFO

Debilidades:

- Poca publicidad
- No tiene casi redes sociales
- No tiene web
- 1 tienda física

Amenazas:

- La competencia de otras marcas conocidas
- Influencers recomendando tiendas de Instagram
- La subida del oro

Fortalezas:

- Calidad precio
- Localización
- Mucha variedad de producto
- Trato personalizado y producción artesanal
- Resolución de deseos

Oportunidades:

- Resultados con muy buena fama
- En los desfiles de moda esperan siempre sus diseños exclusivos
- Resolución y transformación de recuerdos

"Joyas que cuentan historias"



BUYER PERSONA

El Buyer Persona nos sirve para conocer a nuestro diverso tipo de público y así saber cuales son sus necesidades y que es lo que quieren de nosotros como marca.



PABLO ALONSO

ENTRENADOR DEPORTIVO

HABILIDADES PRINCIPALES

- Conocedor de numerosos deportes y reglamentos
- Motivador
- Certificado en primeros auxilios

TRASFONDO

Pablo vive en Gijón con su novia y trabaja en un instituto como profesor de educación física. Es competitivo, pero se estresa con facilidad. Le gusta sentirse activo y hacer muchos planes al aire libre. Es un comprador compulsivo de Amazon.

ESTILO DE VIDA

Es muy aventurero y siempre que puede sale a hacer deporte por la playa o de excursión por el monte con su novia. Como trabaja en un instituto tiene mucho tiempo libre y lo aprovecha para hacer planes, salir con los amigos o viajar.

RELACIÓN CON LA MARCA

Es un chico muy detallista y le gusta de vez en cuando hacerle algún detalle a su novia, madre, padre o amigos. La joyería le parece siempre la mejor opción porque le transmite cercanía ya que siempre le asesoran de forma personal y perfectamente. Descubrió la joyería un día de ruta por el oriente de Asturias y se enamoró del pueblo y del local.

Edad: 27 años

Estado Civil: En pareja

Educación: Tafad

Título:

Entrenador deportivo

Ingresos:

Salario mínimo

amazon



@Pablo.alonso_

Metodologías





MARÍA JOSÉ PRADO

MÉDICA PEDIATRA

HABILIDADES PRINCIPALES

- Madre de familia
- Trabajadora
- Resolutiva
- Perfeccionista

TRASFONDO

Vive en Madrid y trabaja jornada completa en un centro de salud como pediatra. Le encanta el mar y por eso siempre que puede se escapa al norte. Es esposa y madre de 3 hijos, un chico de 20 y dos chicas de 15 y 17 años. Le gusta arreglarse, es humilde y está siempre a la última.

ESTILO DE VIDA

El hospital le deja poco tiempo libre, pero le gusta pasar todo el tiempo que puede con su familia. También disfruta mucho de compras con sus hijas y va a cenar con sus amigas. Suele viajar todos los años por fuera de España. Le encanta El Corte Inglés.

RELACIÓN CON LA MARCA

María José tiene un chalet en Ribadesella y veranea ahí todos los años. Le encanta la Joyería por el trato exclusivo que le dan. Es muy coqueta y siempre que va encarga diseños personalizados para ella, sus hijas o algún detalle a alguna amiga.

Edad: 45 años

Estado Civil: Casada

Educación: Pediatría

Título:

Pediatra

Ingresos:

Buen salario

El Corte Inglés



@Mjoseprado

Metodologías





ANA DE LA VEGA

JUBILADA

HABILIDADES PRINCIPALES

- Agradable
- Buena cocinera
- Trabajadora

TRASFONDO

Vive en Ribadesella y es viuda. Fue Catedrática de literatura en la universidad de Oviedo. Es muy viajera y sociable. Aunque siempre vivió en Ribadesella ha viajado mucho. Es abuela y madre de dos hijas. Le encanta pasar tiempo en familia y disfruta mucho de la soledad.

ESTILO DE VIDA

Al estar jubilada viaja mucho con el programa de viajes del IMSERSO. Cuando no está de turismo se queda en Asturias y dos veces por semana come con la familia, un día en casa de alguna de sus hijas y los domingos comen todos juntos en su casa.

RELACIÓN CON LA MARCA

Ana siempre que viaja le encanta llevarse recuerdos de los sitios a los que va. Es amiga de la dueña. Siempre que tiene un hueco se acerca hasta la tienda para charlar y comprar algún detalle para sus nietos o amigos.

Edad: 60 años

Estado Civil:

Viuda jubilada

Educación: Catedrática

Título:

Profesora de literatura

Ingresos:

Jubilación y Viudedad

@anadelavega



COMPETENCIA

Joyería Guillermo tiene como principal competidor todo el junto de tiendas online de joyería y bisutería de las RRSS como María Pascual o P D Paola. Actualmente las RRSS mueven el mundo y estas tiendas online le quitan el hueco a muchas de las demás marcas por ser patrocinadas por los Influencers de moda. Como otra de las competencias más cercanas es Juanrapín, un falso artesano que se ha ganado un prestigio como diseñador a coste de mano de obra de otros. Por último evidentemente también entran las grandes joyerías como Suárez o Tiffany & Co.

MERCADO

El mercado de la joyería se puede dividir en tres partes; Joyería tradicional, Joyería de diseño y Joyería artística o creativa. Joyería Guillermo intenta hacerse un hueco y posicionarse como joyería creativa y generalista en el oriente. Hace mucho hincapié en su lema que la hace diferenciarse del resto "Joyas que cuentan historias" de esta forma dejan claro que no solo venden joyería. También rescatan historias olvidadas y las transforman devolviéndolas a la vida.

BENCHMARKING

El Benchmarking es el análisis de estudio de la competencia para mejorar la marca, habiendo analizado a la perfección la marca anteriormente. Para ello se escogen tres marcas de la competencia que sean buenas en lo que nosotros queremos mejorar y se establece que hacen ellas para ser tan buenas. Por último tenemos que averiguar que haremos nosotros para mejorar en eso sin copiar a la competencia.

En qué quiero mejorar

Publicidad

RRSS

web

Expansión

SUAREZ
1943



juanrapin

&
MARIA PASCUAL

Competencias

¿Cómo lo voy a mejorar?

Web + Tienda online

RRSS

Expandirse



**Crear publi
en RRSS**



Contactar con influencers



juanrapin

**Web
funcional**

**Buena
publicidad**



**Buena
publicidad**

**Muchas
tiendas**

**Impacto en
redes**

SUAREZ
1943



&
MARIA PASCUAL

**Domina las
redes**

Web online

**Publicidad
con
influencers**

Plan de contenidos

CANALES

La Joyería Guillermo se va a centrar en tres principales canales; La Web y tienda online, Facebook e Instagram. Con el material creado para Facebook e Instagram se hará contenido adicional para YouTube y Pinterest.

FUNNEL

Objetivo: Comprar en Joyería Guillermo

TOFU

Generación de tráfico

Anuncios en
RRSS

Promociones

MOFU

Generación leads

Newsletter

Recomendaciones
en IN

Cualificación de leads

Yendo a la
Joyería

CALENDARIO DE MAYO

Semana	Día	Tema	Objetivo	Canales			Tipo contenido				Especificaciones contenido
				WEB	FB	IN	Enlace	Texto	Imagen	Vídeo	
S1	1	Día del Trabajador	Engagement		x	x					
	2	Día de la Madre	Engagement	x	x	x					Mostramos sugerencias de las joyas personalizadas que se pueden hacer
	3	Avance de la nueva colección JG	Comercial	x	x	x					
	4										
	5	Mostrar las últimas tendencias	Engagement	x	x	x					
	6	Nueva colección JG - Mayo	Branding	x		x					
	7					x					
S2	8	Fotos de conbinaciones piring + cadenas (Diplata)	Comercial	x		x					
	9	Día del Niño	Engagement			x					Post en IN
	10										
	11	Publicidad de viceroy	Comercial	x		x					Mostrar la mercancía de Viceroy
	12										
	13	Publicidad de Lineargent	Comercial	x		x					Mostrar la mercancía de Lineargent
	14	Mostrar los diseños más vendidos de JG	Comercial	X	X	X					

S3	15	Comiezan las comuniones	Engagement		x	x					Post en RRSS
	16	Vídeo de propuestas de regalos de comunión	Comercial	x	x						
	17	Vídeo de detalles personalizados para la comunión	Comercial	x	x						
	18	Fotos del catálogo de comuniones	Engagement	x	x						
	19	Fotos de niñ@s de otros años	Engagement		x	x					
	20	Fotos de otras opciones de regalos	Comercial		x	x					1) Mostrar los cuadros de plata (con opción a grabar) 2) Albúnes de fotos. 3) Joyeros 4) Cajas de música. 5) Gemelos para el traje.
	21	Ven a recoger tu medalla de covandoga	Engagement	x	x	x					Si vienes a la joyería con tu recordatorio de comunión te regalamos un medallita de covandoga.
S4	22	GIF Ánimo de las comuniones	Engagement	x	x	x					
	23										
	24	Publicidad de Salvatore	Comercial	x	x	x					Mostrar la mercancía de Salvatore
	25	Mostrar diseños de Altana	Engagement	x	x						
	26										
	27	Consejos para convivir los productos de Luxenter	Engagement		x	x					
S5	28										
	29	GIF Ánimo de las comuniones	Engagement	x	x	x					
	30	Mándanos tus fotos con los regalos	Engagement	x	x	x					
	31	¿Quiénes somos?	Branding	x		x					Recordar a la audiencia quienes somos