

# PROPUESTAS BENEFIT

## 1. CREACIÓN DEL BUYER PERSONA

Decisor: Sofía tiene preferencias hacia marcas confiables y productos con resultados visibles.

Prescriptor: Sigue recomendaciones de influencers sobre belleza y maquilladores profesionales en redes sociales.

Influenciador: Sus amigas y la comunidad online afectan a la decisión de compra al compartir experiencias positivas.

- *Sociodemográficas:*

Sofía es una mujer de 28 años, ejerce la profesión de abogada, con un nivel de ingresos medio-alto y que vive en Madrid, una zona accesible a medios de transporte que la lleven las calles principales, donde se encuentran las tiendas de cosméticos.

- *Vida personal:*

En su día a día, es activa en redes sociales y le gusta estar al corriente de las nuevas tendencias. Además, le encanta acudir a eventos, cenas y salir con sus amigos.

Diariamente, dedica parte de su tiempo a su cuidado facial y a la moda.

- *Dolores:*

Sofía a diario se dirige muy temprano a trabajar. Por lo que no tiene mucho tiempo para pararse ante el espejo para retocar su maquillaje. Es por ello, que busca un maquillaje que dure todo el día, no sea pesado o artificiales ya que tiene que dar una imagen y que el dinero invertido en estos productos no sea un desperdicio.

- *Aspiraciones:*

Sofía tiene como objetivo que este producto sea de calidad, destaque su belleza natural y que la compra se repita en más ocasiones, perteneciendo así a una comunidad de consumidores sofisticados.

- *Preferencias de compra:*

Siendo abogada, dispone de poco tiempo para realizar compras presenciales, por lo que la adquisición del producto prefiere realizarla online en la tienda oficial o en marketplaces.

No obstante, antes de realizar la compra le gusta probarlo en la tienda física para tomar una decisión acertada.

Las promociones y los kits de productos son las mejores maneras de atraerla como consumidora y que realice la compra.

- *Medios en los que consume contenido:*

Las redes sociales son su forma de despejar la mente y evadirse del mundo laboral, por lo que los blogs de belleza y cuentas de influencers son sus pasatiempos favoritos.

Consume estos contenidos desde TikTok, Instagram y Youtube. Además, se deja llevar por las tendencias de la red social Pinterest.

- *Preferencia de formatos:*

Consumir videos cortos formato reels o videos de tiktok en el que los creadores de contenido realicen tutoriales o reseñas sobre sus compras.

- *¿Cómo le ayudará el producto?*

Este colorete asegura la durabilidad durante su jornada laboral, es fácil de aplicar lo que le hará ahorrar tiempo y le ofrecerá un aspecto radiante y natural.

**SOFÍA**

EDAD: 28 AÑOS  
UBICACIÓN: MADRID  
ABOGADA

**VIDA PERSONAL**

- Activa en redes sociales.
- Le encanta asistir a eventos sociales, cenas y salir con amigos.
- Dedicar tiempo al cuidado personal y a la moda.

**DOLORES**

- Busca un maquillaje que dure todo el día sin retoques frecuentes.
- No quiere productos que se vean pesados o artificiales.
- Duda entre opciones en el mercado y teme desperdiciar dinero.

**ASPIRACIONES**

- Descubrir productos que destaquen por calidad, tendencia y branding aspiracional.
- Sentir que pertenece a una comunidad de consumidores sofisticados.

**PREFERENCIAS DE COMPRA**

- Compra online en tiendas oficiales o marketplaces.
- Probar el producto antes de adquirirlos.
- Prefiere promociones o kit que incluyan más productos.

## 2. PROPUESTA DE SECUENCIA | FUNNEL

### 1. *Presentación del producto:*

El objetivo es dar la bienvenida al nuevo suscriptor y presentar el producto de manera más atractiva. El contenido de la presentación podría ser un descuento exclusivo para la primera compra, algún video sobre cómo se aplica el producto y alguna reseña de una persona influyente en el sector.

## 2. *Beneficios y usos versátiles:*

El objetivo es destacar los múltiples beneficios y usos de Benetint. Creando alguna guía donde aparezcan diferentes looks de maquillaje aplicando el producto, alguna comparativa del producto con otros de características similares o alguna oferta en productos que complementen a la famosa tinta.

## 3. *Testimonios y reseñas:*

El objetivo en esta etapa es generar confianza a través de las opiniones de los clientes. Poniendo contenido como una recopilación de buenas reseñas, videos de antes y después de usar el producto.

## 4. *Limitación de tiempo y urgencia:*

El objetivo es incentivar la compra inmediata. Se puede hacer ofreciendo descuentos y ofertas por tiempo limitado, algún stock limitado de algún color de tinta en específico.

## 5. *Reactivación y recuperación de carritos abandonados:*

El objetivo es recuperar clientes que no completaron su compra. Mandando algún recordatorio de productos que añadió a la cesta, algún descuento adicional por hacer la compra o alguna oferta especial en productos relacionados con los que quería comprar.

# 3. ESTRATEGIA ADS

- *Plataformas elegidas.*

Para alcanzar nuestro público objetivo con Benetint, utilizaremos las siguientes plataformas y formatos de anuncios:

- Instagram (Reels, Stories y Feed Ads) permitirá conectar con una audiencia visual y amante de la belleza.
- TikTok (In-feed Ads y Branded Effects) es ideal para llegar a un público joven y dinámico, aprovechando las tendencias.

- *Formatos elegidos.*

- Video: Reels Ads, TikTok Ads e In-feed Ads en Instagram. Los videos cortos y atractivos son ideales para mostrar los beneficios del producto de forma rápida y efectiva.
- Imágenes: Feed Ads en Instagram. Las imágenes de alta calidad pueden destacar los beneficios del producto y crear un impacto visual.
- Carousel Ads: Permite mostrar múltiples imágenes o videos en un solo anuncio, lo que es ideal para presentar diferentes tonos de Benetint o tutoriales de maquillaje.
- *CTA.*
  - Compra ahora: El CTA más directo y efectivo para impulsar las ventas.
  - Descubre más: Para dirigir a los usuarios a una página de destino donde puedan obtener más información sobre el producto.
  - Explora los tonos: Para invitar a los usuarios a descubrir la gama completa de colores de Benetint.
  - Únete a la comunidad: Para fomentar la participación en las redes sociales de la marca.
  - Ejemplos de CTAs para la campaña:
    - "¡Este San Valentín regálale un momento para ti! #RegalateBenetint"
    - "Celebra el amor más importante: ¡el tuyo! #BeYourValentine #RegalateBenetint"
    - "¿Lista para darte el mejor regalo? Encuentra Benetint antes de que se agote."

#### **4. ELEMENTOS DE IDENTIDAD VERBAL DE MARCA**

Nombre: Benefit (asocia bienestar y beneficio, evocando confianza y valor).

Eslogan: “Más que un beneficio, una experiencia.”, “Transformamos valor en bienestar.”

Mensaje central: Benefit ayuda a sus usuarios a optimizar su tiempo, mejorar su calidad de vida y aprovechar al máximo sus recursos.

#### **5. ELEMENTOS DE IDENTIDAD VISUAL DE MARCA**

Logotipo:

- Letras estilizadas y modernas en tonos suaves, como azules y verdes (asociados con calma, confianza y bienestar).

- Opciones minimalistas con íconos que simbolicen transformación, como una flecha o círculos que representen conectividad.

Paleta de colores:

- Primarios:
  - Azul celeste (#5CB3FF): simboliza confianza y tecnología.
  - Verde menta (#A8E6CF): representa bienestar y frescura.
- Secundarios:
  - Gris claro (#F5F5F5): neutro y profesional.
  - Blanco (FFFFFF): minimalismo y limpieza visual.

Tipografía: Principal Sans-serif moderna como Montserrat y Open Sans para títulos.

Elementos gráficos:

- Íconos minimalistas y suaves.
- Uso de líneas curvas para reforzar la idea de fluidez y dinamismo.

## 6. HERRAMIENTAS

- Herramienta de gestión de redes sociales (Hootsuite, SproutSocial): Programación de contenido atractivo con influencers y maquilladores, seguimiento de hashtags relevantes (#benetint, #maquillajelargaduracion, #bellezanatural).
- Plataformas de Influencers Marketing (AspireIQ, Grin): Colaboraciones con influencers que resuenen con el público objetivo de Benetint.
- Publicidad en Redes Sociales (Facebook Ads, Instagram Ads, TikTok Ads): Segmentación demográfica y por intereses para llegar a Sofía con anuncios visuales y videos cortos.
- Monitoreo de Redes Sociales (Brandwatch, Mention): Seguimiento de menciones de la marca y del producto para entender la conversación y tendencias.
- Plataforma de eCommerce (Shopify/Magento): Optimización de la página de producto de Benetint con descripciones detalladas, fotos de alta calidad, videos de demostración y reseñas de clientes.

- Herramientas de SEO (Semrush, Ahrefs): Optimización del contenido del sitio web y del blog para palabras clave relevantes como "tinte labial larga duración", "maquillaje natural mejillas", "benetint opiniones".
- Herramientas de CRO (Crazy Egg, Hotjar): Análisis del comportamiento del usuario en el sitio web para optimizar la conversión.
- Plataforma de eCommerce: Integración con pasarelas de pago seguras y opciones de envío rápidas.
- Email Marketing (Klaviyo, Mailchimp): Envío de emails de recordatorio de carrito abandonado, ofertas personalizadas y solicitud de reseñas.
- CRM (Salesforce, HubSpot): Gestión de la información del cliente para personalizar la comunicación y ofrecer un mejor servicio.
- Sistemas de Gestión de Inventario y Pedidos: Para asegurar la disponibilidad del producto y una gestión eficiente de los envíos.
- Herramientas de gestión de la reputación online (Trustpilot, Bazaarvoice): Recopilación y gestión de reseñas de clientes.
- Plataformas de Social Listening (Brandwatch, SproutSocial): Monitoreo de conversaciones sobre Benetint en redes sociales para identificar oportunidades de interacción y fidelización.

## **7. PROPUESTAS**

- **DISEÑO DE LAS RRSS.**

Para fomentar y lograr una interacción efectiva, tenemos que efectuar una estrategia diferenciada para cada red social según las características de cada una de ellas.

Podemos lograrlo enfocándonos en Tiktok para lograr un mayor alcance, ya que es la red social que hoy día llega a más usuario y permite la viralización del contenido y, en Instagram para crear una comunidad ya que permite interacciones más profundas. Por lo que, centrándonos en este estudio previamente realizado, basaremos nuestras estrategias en las siguientes:

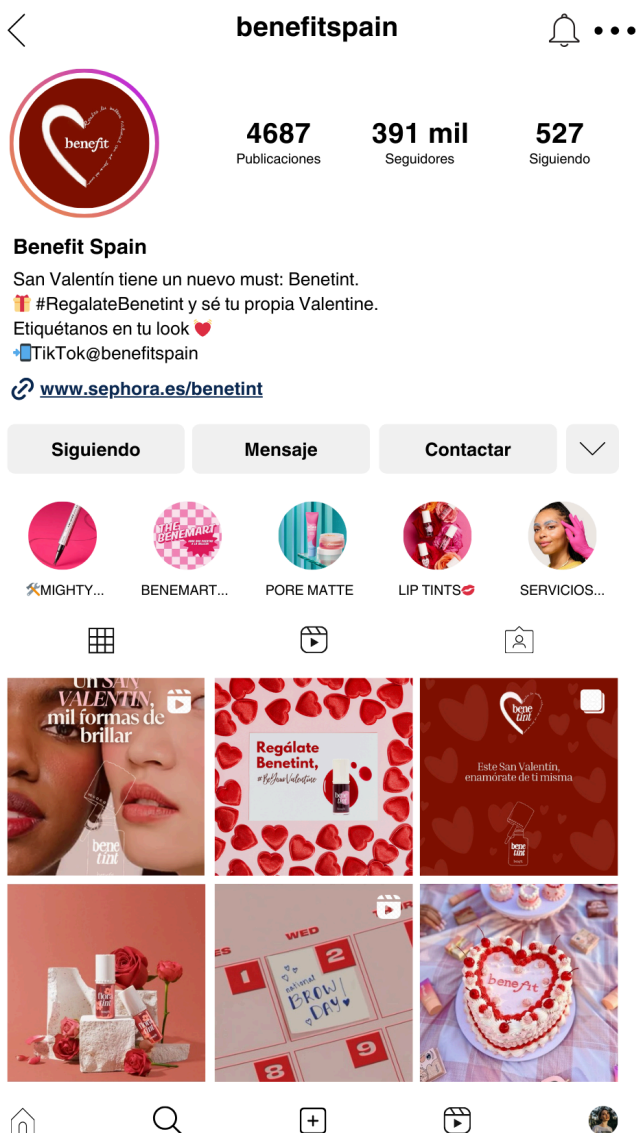
En primer lugar, hemos decidido que Instagram y Tiktok sean las redes sociales en las que vamos a basar nuestra estrategia.

Por un lado, con Instagram pretendemos mostrar el estilo de vida aspiracional asociado a Benetint y destacar su versatilidad. Para ello, las estrategias que formulamos principalmente

son el contenido generado por los usuarios, tutoriales rápidos y estéticos, colaboración con microinfluencers y proporcionar al usuario experiencias interactivas.

Mientras que, con Tiktok tenemos como objetivo principal crear contenido entretenido y viral para captar la atención de una audiencia joven. Por ello, el contenido ha de ser diferente al de la anterior red social nombrada, ya que pretendemos realizar retos virales, un antes y después de aplicar el producto, un detrás de cámaras para conectar con la audiencia y el uso de trends aplicables al sector cosmético.

Feed de Instagram:



Feed de TikTok:

< **benefitspain** 🔔 ➦



**@benefitspain** ✓

**148** Siguiendo | **55 mil** Seguidores | **402,3 mil** Me gusta

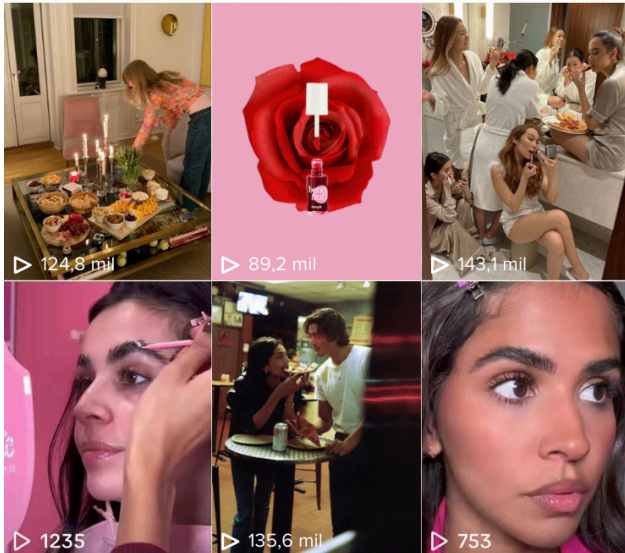
Mensaje 👤 ▾

¡Descubre ya todos nuestros últimos lanzamientos!  
Disponibles en Sephora 💕

🔗 <https://www.benefitcosmeti...> y 1 más

☰ ▾ ↺

📺 MiniMasterclasses ✨ 📺 Halloween looks 🎃 📺



▶ 124,8 mil ▶ 89,2 mil ▶ 143,1 mil

▶ 1235 ▶ 135,6 mil ▶ 753

- DISEÑO PUBLICACIONES.

## INSTAGRAM

Post:

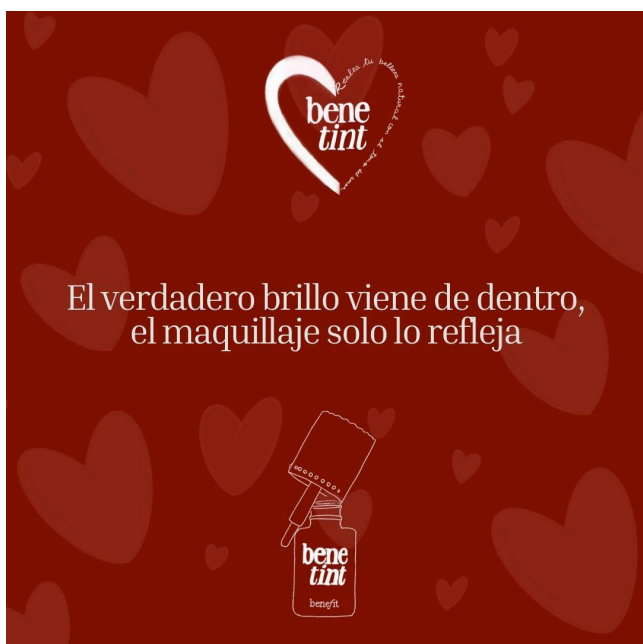


Reel:

Cada modelo aplica Benetint en su color de piel. Escenas en cámara lenta resaltando la textura y el brillo en labios y mejillas de cerca. Escena final con todas riendo y lanzando un beso a cámara.

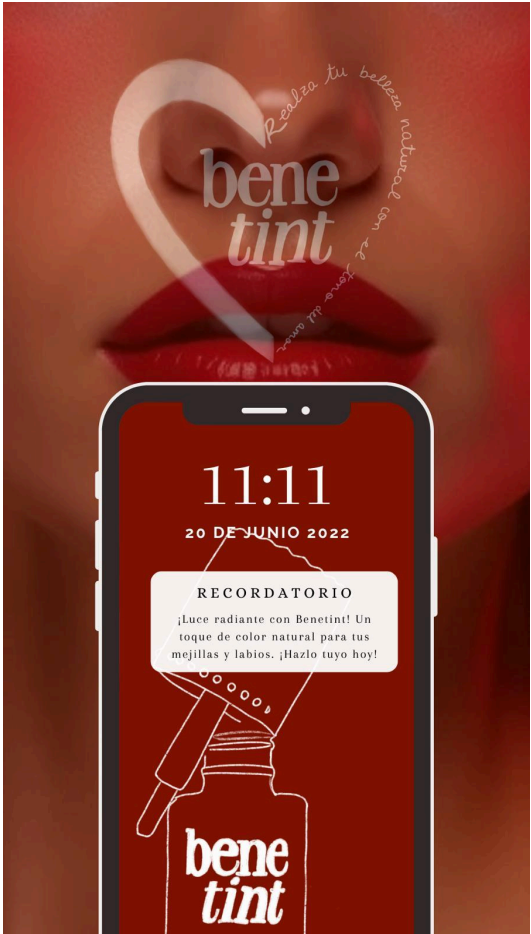


Carrusel de imágenes:





Story:



TIKTOK

- Publicación formato vídeo. Se muestra a una chica aplicándose Benetint en los labios y mejillas frente al espejo, preparándose para una cita. Se enfocan momentos de la cita: risas, miradas y un beso. Después de la cita, llega a casa feliz y se mira el maquillaje en el espejo, a lo que sonríe al ver que sus labios y mejillas siguen perfectos.

Copy: *"Labios que besan, mejillas que enamoran. Benetint: tu mejor aliado para el amor que mereces. 🍷 ✨ #BeYourValentine #RegalateBenetint"*



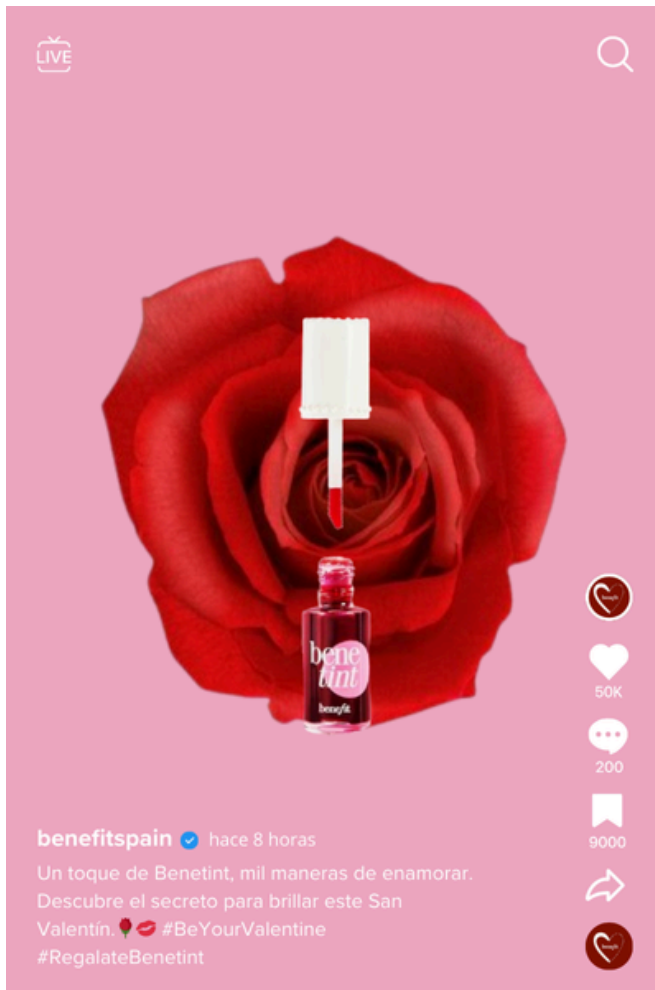
- Publicación formato vídeo. Aparecen un grupo de amigas preparándose para pasar San Valentín juntas. Se pasan el Benetint entre risas y selfies.

Copy: *"La fórmula perfecta para San Valentín: amigas, risas y un look impecable con Benetint. 🍷 💕 #BeYourValentine #RegalateBenetint"*



- Publicación formato vídeo. Benetint aparece cayendo en cámara lenta sobre una flor roja y se abre. Transición a chicas de diferentes estilos aplicándose el tinte en labios y mejillas. Al final, todas salen en un collage soplando un beso hacia la cámara.

Copy: *"Un toque de Benetint, mil maneras de enamorar. Descubre el secreto para brillar este San Valentín. 🌹💄 #BeYourValentine #RegalateBenetint"*



- Publicación formato vídeo. Una mujer prepara una cena romántica en su casa con velas y se aplica Benetint para prepararse para la cita. Cuando ya está todo listo, se sienta para comer sola, revelando que la cena romántica era para ella misma.

Copy: *“Tú eres tu mejor cita. Este San Valentín, haz que tu historia de amor sea contigo. ✨💕 #BeYourValentine #RegalateBenetint”*



- DISEÑO LANDING PAGE:

Para la realización de la Landing Page nos hemos basado en el formato de la página web original de Benefit, los colores, formas, tipografía y diseño.

En primer lugar nos encontramos con el producto y su mayor beneficio que es el de potenciar tu belleza natural con el producto estrella de Benefit.

A continuación ofrecemos un apartado de registro sencillo e intuitivo para que los usuarios lleven a cabo la suscripción en nuestra marca, seguido de un CTA directo y cercano “lo quiero”. Finalmente destacamos los cuatro principales beneficios del producto de forma visual y llamativa y volvemos a ofrecer una imagen del producto y su formato (aplicador y envase).

Realza tu belleza natural con el tinte de labios y mejillas más fácil de usar.

**bene tint**  
benefit

Potencia tu look más natural, con nuestro producto estrella

[www.benefitcosmetics.com](http://www.benefitcosmetics.com)

Nombre

Apellido

Correo electrónico

REGÁLATE

\*Enviaremos novedades y descuentos exclusivos a tu correo.

Realza tu belleza natural con el tinte de labios y mejillas más fácil de usar.

Fácil de usar

Mejillas y labios

Packaging compacto

Look natural

**bene tint**  
benefit

- DISEÑO ADS.

Ad formato instagram:



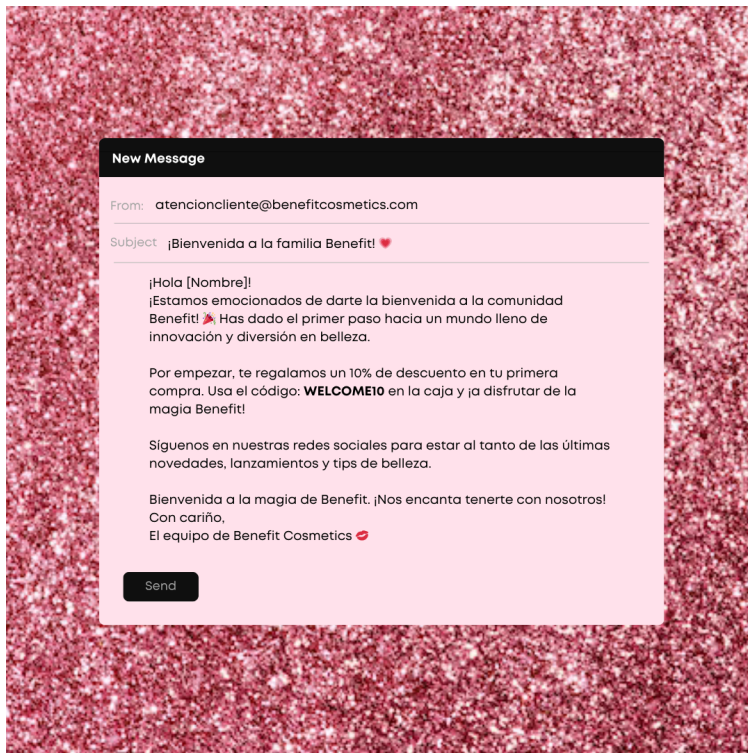
A partir del contenido expuesto anteriormente, las publicaciones irán destinadas a ads en las distintas plataformas utilizadas por la marca (Instagram y TikTok). En este caso buscamos que los usuarios al ver el anuncio, acudan a la página web de Benefit con un enlace directo a Benetint, por lo tanto es importante que el CTA utilizado (regálate) contenga directamente la URL. La audiencia a la que nos dirigiremos serán todos los seguidores de la marca y a la vez todos los que hagan búsquedas y sigan cuentas relacionadas con la cosmética. El presupuesto utilizado será elevado ya que la marca tiene un gran volumen de ventas y suele destinar bastante presupuesto a la publicidad en redes sociales, por lo tanto estableceremos un presupuesto diario de 300€ durante 15 días previos al día de San Valentín, ya que es una fecha en la que los usuarios realizan mayor volumen de compras en este sector.

- SELECCIÓN KW PARA EL POSICIONAMIENTO SEO Y ADS.

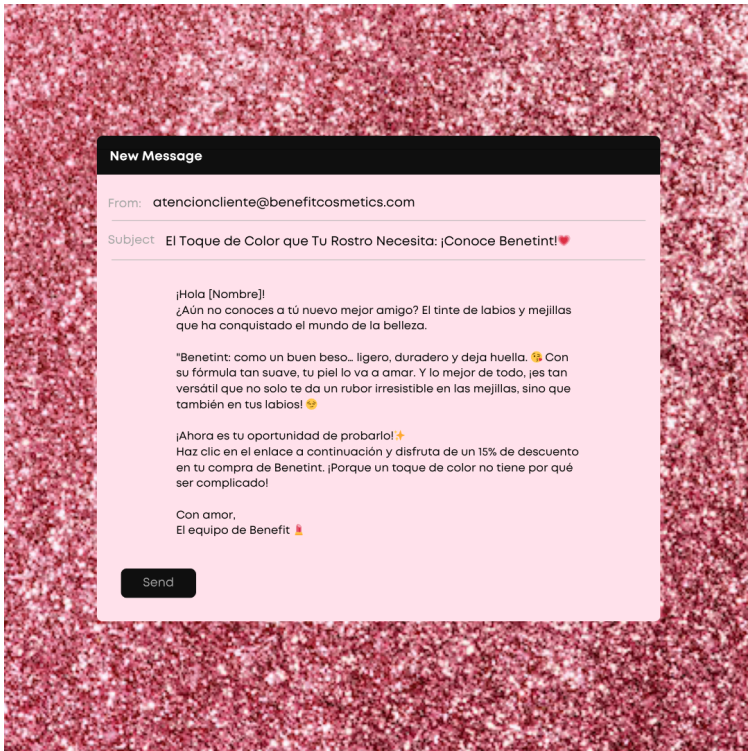
Tipo de palabra clave	Palabra clave	Volumen de búsqueda (aproximado)	Competencia (aproximada)	Intención
Marca	benetint benefit	Alto	Media	Comprar/Información
Producto/Uso	tinte liquido labios rojo	Medio	Media	Comprar/Información
Cola larga	como aplicar benetint en mejillas	Bajo	Baja	Información
Transaccional	comprar benetint online españa	Medio	Media	Comprar

- PROPUESTAS DE EMAIL MK.

Email de bienvenida:



Correo de propuesta de venta:



Ejemplo de email marketing al inicio de la campaña de San Valentín:

