

# Plan de Marketing: Modalidades Interno, Externo y Omni/Relacional

## 1. Resumen ejecutivo

Este plan describe acciones de marketing interno para fortalecer el compromiso del equipo de Studio MJ, marketing externo para captar nuevas clientas interesadas en servicios de manicure y pedicure de calidad, y marketing omni/relacional para ofrecer una experiencia unificada y personalizada a lo largo del customer journey, desde la reservación hasta el seguimiento post-servicio.

## Modalidades de Marketing

### 2.1 Marketing Interno

#### Objetivo

- Incrementar la motivación y alineación del personal con la propuesta de valor del estudio de belleza.

#### Acciones principales

Acción	Responsable	Periodicidad	KPI asociado
Sesiones de capacitación sobre nuevas técnicas de nail art y tendencias	Propietaria	Mensual	% de asistencia $\geq$ 90%
Boletín interno con logros, reconocimientos y casos de éxito con clientas	Propietaria	Quincenal	Tasa de apertura $\geq$ 70 %

## 2.2 Marketing Externo – Studio MJ

Objetivo:

Aumentar la captación de nuevas clientas y mejorar la visibilidad de Studio MJ en el mercado local de Villahermosa, posicionándolo como un salón especializado en diseño de uñas y experiencias personalizadas.

Acción	Descripción	Periodicidad	KPI asociado
<b>Campañas en redes sociales (Facebook, Instagram y TikTok Ads)</b>	Promoción de servicios, diseños en tendencia y testimonios reales de clientas para atraer nuevos prospectos.	Semanal	Alcance $\geq 5,000$ usuarios/mes Costo por lead $\leq \$30$ MXN
<b>Programa de referidos “Trae a tu amiga”</b>	Descuento del 10% a clientas que recomienden el servicio a nuevas usuarias.	Continua	Nº de clientas nuevas por referido $\geq 20\%$ del total
<b>Gestión de reseñas y contenido UGC</b>	Incentivar a clientas satisfechas a dejar reseñas en Google Maps y publicar sus uñas en redes con hashtags oficiales.	Mensual	Nº de reseñas positivas $\geq 30$ al trimestre
<b>Colaboraciones con microinfluencers locales</b>	Trabajo con creadoras de contenido de belleza y estilo de vida en Villahermosa para mostrar la experiencia Studio MJ.	Trimestral	Engagement rate $\geq 6\%$ por colaboración

### KPI destacados

- Alcance mensual  $\geq 5,000$  personas.
- Costo por lead  $\leq \$30$  MXN.
- Nuevas clientas adquiridas por mes  $\geq 20$ .
- Asistencia a eventos  $\geq 50$  personas por demostración.

Tasa de interacción promedio  $\geq 6\%$  en redes sociales.

## 2.3 Marketing Omni/Relacional – Studio MJ

### Objetivo:

- Ofrecer una experiencia fluida, cercana y personalizada en todos los puntos de contacto (online y presencial), fortaleciendo la relación con cada cliente y fomentando la recompra.

Canal	Acción	Responsable	KPI Asociado
Instagram & Facebook	Responder mensajes con tono cálido, agendar citas directo desde DM y enviar recomendaciones de diseño personalizadas según foto de referencia.	Community Manager / Studio MJ	Tiempo de respuesta $\leq 2$ minutos. Satisfacción de conversación $\geq 90\%$ .
WhatsApp Business	Uso de catálogos dinámicos de diseños, respuestas automáticas fuera de horario y seguimiento post-servicio (mensaje de “¿cómo te fue con tus uñas?”).	Atención al cliente / Studio MJ	Tasa de retención $\geq 35\%$ . Reagendaciones $\geq 20$ por mes.
Punto de Venta (Estudio)	Registro de clientas mediante QR o formulario rápido para historial de servicios, preferencias de estilo y fechas de visita.	Recepción / Técnica	Nuevos registros $\geq 30$ por semana.
Sistema de Lealtad	Acumulación de puntos por visita; cada 5 servicios se otorga aplicación de diseño simple gratis o 15% de descuento.	Gerente Studio MJ	Recompra $\geq 50\%$ de clientas en el trimestre.
Email y/o Broadcast List (WhatsApp)	Envío semanal de novedades, promociones, inspiraciones de uñas del mes y cupón de cumpleaños.	Área de Marketing / Studio MJ	Tasa de apertura $\geq 45\%$ . Click-Through $\geq 6\%$ .
Encuestas post-servicio	Encuestas cortas de satisfacción después de la cita para identificar áreas de mejora.	Atención al cliente / Studio MJ	Satisfacción general $\geq 4.5/5$ .

### KPIs Destacados

- Tiempo de respuesta  $\leq 2$  minutos en WhatsApp / redes sociales.
- Nuevos registros en base de datos  $\geq 30$  por semana.
- Tasa de recompra  $\geq 50\%$  por trimestre.
- Satisfacción del servicio  $\geq 4.5/5$ .
- Tasa de apertura de campañas  $\geq 45\%$ .
- Conversión de chats a cita  $\geq 3\%$  o más.
-

## Cronograma Integral (Noviembre – Enero) Estudio MJ

Mes	Marketing Interno	Marketing Externo	Marketing Omni/Relacional
<b>Noviembre</b>	Organizar metas personales y del negocio para fin de año.	Publicar antes/después de uñas en redes y hacer reels cortos.	Responder rápido mensajes por WhatsApp y ofrecer cita por link directo.
<b>Diciembre</b>	Evaluar resultados del año (ventas y clientas nuevas).	Campaña “Uñas Navideñas” con descuento a clientas frecuentes.	Enviar mensaje personalizado de agradecimiento y felicitación por WhatsApp.
<b>Enero</b>	Planificar promociones y calendario 2025.	Publicar diseños “Año Nuevo” y tips de cuidado.	Actualizar catálogo digital con nuevos precios y fotos recientes.