

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 ≥ 90%
Boletín interno con logros, reconocimientos y casos de éxito con clientes	Propietaria	Quincenal	Tasa de apertura ≥ 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
Campañas en redes sociales (Facebook, Instagram y TikTok Ads)	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
Programa de referidos “Trae a tu amiga”	Descuento del 10% a clientas que recomiendan el servicio a nuevas usuarias.	Continua	Nº de clientas nuevas por referido \geq 20% del total
Gestión de reseñas y contenido UGC	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
Colaboraciones con microinfluencers locales	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 clienta 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
Noviembre	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.
Diciembre	Evaluuar resultados del año (ventas y clientas nuevas).	Campaña “Uñas Navideñas” con descuento a clientas frecuentes.	Enviar mensaje personalizado de agradecimiento y felicitación por WhatsApp.
Enero	Planificar promociones y calendario 2025.	Publicar diseños “Año Nuevo” y tips de cuidado.	Actualizar catálogo digital con nuevos precios y fotos recientes.