

ESTRATEGIA DIGITAL

Arkana

*Elaborado por: Ekaterina Bilichenko
Equipo de Marketing Digital Netcommerce*

Sobre la empresa

¿Qué hacen? ¿Qué venden? ¿Por qué hacen lo que hacen en relación con el negocio?
¿Cuál es el problema o necesidad que resuelven?

Arkana es una empresa líder en el campo de la **neurocosmética**. Ofrecen una amplia gama de **productos de cuidado de la piel** que se destacan por su **enfoque innovador** y su **compromiso con la calidad y la sostenibilidad**.

1) Enfoque innovador: Arkana se distingue por su enfoque pionero en **neurocosmética**, utilizando la comprensión de los neurotransmisores para desarrollar tratamientos únicos y efectivos que superan las expectativas en el mercado de la belleza.

2) Productos de calidad/ efectos desde la 1ª aplicación: Su amplia gama de productos, basados en **más de 80 fórmulas cosméticas originales**, está diseñada para satisfacer las necesidades de todo tipo de piel, edad y problemas cutáneos, ofreciendo resultados excepcionales.

3) Premios: Arkana ha sido reconocida con **numerosos premios internacionales** por su constante innovación en productos para el cuidado de la piel. Algunos ejemplos de estos prestigiosos premios incluyen: **LNE Innovation, Glamour Glammies, Love Cosmetics Awards, Instyle Best Beauty Buys, etc.**

4) Transformación del cliente y médico: Los clientes pueden ver claramente la transformación en su piel que han desarrollado a lo largo de su tratamiento, por ende, esto le da al médico toda la confianza para **poder seguir utilizando la marca y recomendando con otros colegas** por la calidad de los resultados.

Transformación A/B

Situación A: Situación actual del negocio.

Aunque la marca ha logrado una **sólida presencia internacional**, está en proceso de **introducirse en el mercado mexicano**. A pesar de contar con activos digitales como un **e-commerce** y perfiles en redes sociales como **Facebook, Instagram, YouTube y LinkedIn**, estos perfiles son **completamente nuevos y carecen de contenido alguno**.

Situación B: Panorama ideal del negocio después de ejecutar la estrategia.

Arkana **experimentará un crecimiento significativo en el mercado mexicano**, consolidándose como **una marca líder en neurocosmética**. Los perfiles de redes sociales estarán **activos y llenos de contenido valioso, educativo y promocional**, diseñado específicamente para atraer a clientes potenciales y **generar reconocimiento de marca en el público mexicano**. Además, **las campañas en redes sociales y Google** permitirán aumentar la visibilidad de la marca y generar un posicionamiento sólido en el mercado local, lo que se traducirá en un **aumento en la demanda de los productos Arkana** y una mayor participación en el mercado.

Expectativas de redes sociales

Expectativa para redes sociales, ¿Qué esperan lograr?

Arkana espera lograr un aumento significativo en la **participación de la audiencia**, la generación de **leads cualificados** y una **mayor visibilidad de la marca en el mercado mexicano**.

Áreas de oportunidad en redes sociales

Área de oportunidad 1: Mejora de branding, actualización de portadas/fotos y de información importante en los perfiles, creación de historias destacadas coherentes y atractivas.

Área de oportunidad 2: Como los perfiles de Arkana en redes sociales son nuevos y carecen de contenido, una oportunidad clave sería centrarse en la creación de contenido inicial para llenar esos perfiles. Esto incluiría la creación de publicaciones que presenten la marca, sus valores, sus productos y su enfoque único en neurocosmética.

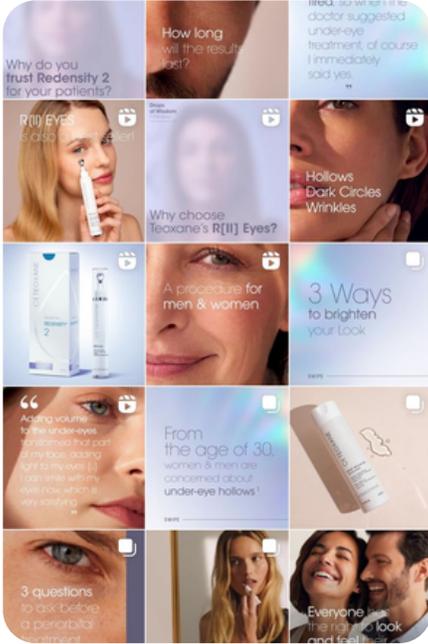
Área de oportunidad 3: Dado que los perfiles son nuevos, Arkana tiene la oportunidad de establecer una relación cercana con su audiencia desde el principio. Esto implica interactuar con los seguidores, responder preguntas, agradecer comentarios y participar en conversaciones relevantes sobre cuidado de la piel y neurocosmética.

Área de oportunidad 4: Proporcionar contenido educativo a los dermatólogos mexicanos sobre los conceptos fundamentales de la dermatología, neurocosmética y su relevancia en el cuidado de la piel. Esto podría hacerse a través de publicaciones educativas, infografías, videos explicativos y contenido de blog.

Área de oportunidad 5: Arkana tiene la oportunidad de destacarse en las redes sociales al mantener una línea gráfica establecida y crear fotografías y videos de producto de alta calidad. Esto asegurará que su contenido sea atractivo, informativo y capaz de transmitir la esencia y los beneficios de los productos de Arkana de manera efectiva.

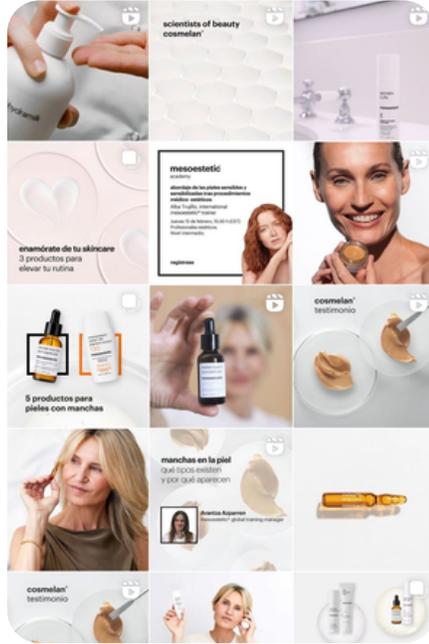
Análisis Benchmark

COMPETENCIA



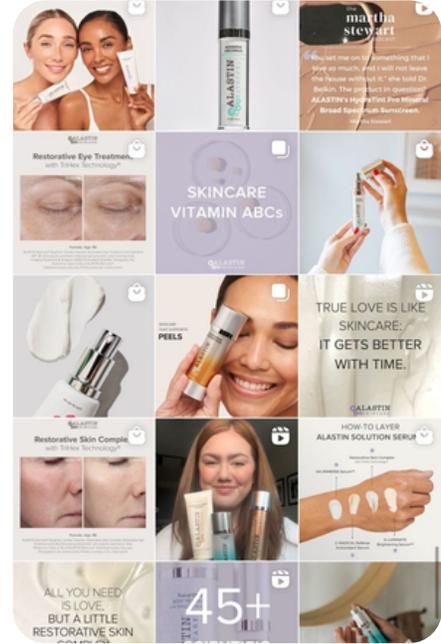
'Teoxane'

- Reels muy atractivos que captan la atención de inmediato.
- La línea gráfica está muy bien definida y es estéticamente agradable.
- Contenido versátil y de interés del público objetivo.
- El perfil de la marca en México no está actualizado.



'Mesoestetic'

- Producción audiovisual avanzada.
- Reels con expertos/embajadores.
- Historias destacadas transparentes que conectan con la audiencia.
- La propuesta de valor se presenta claramente.
- Testimonios en formato de reels



'Alastin'

- La tienda en Instagram activa = da más confianza.
- Formatos y temas de contenido muy versátiles.
- Tono de comunicación un poco más relajado que en los otros perfiles.
- Reels con dermatólogos/científicos/embajadores

Puntos Importantes:

Al analizar las estrategias digitales de nuestra competencia, destacamos **la eficacia de sus reels atractivos, la versatilidad y relevancia** de su contenido, así como **la calidad de su producción audiovisual**. Además, observamos la **transparencia en sus historias destacadas** y la claridad en la presentación de su **propuesta de valor**. La activación de la **tienda en Instagram** y la inclusión de **testimonios en formato de reels** añaden credibilidad y confianza. Asimismo, la **diversificación de formatos y temas de contenido**, junto con la **colaboración con dermatólogos, científicos y embajadores**, demuestran una estrategia integral y en sintonía con las necesidades de su audiencia.

Tipos de *clientes*

| Cliente desconectado | Cliente incrédulo |
|--|---|
| Aquel cliente que no reconoce los beneficios de la neurocosmética ni la importancia de un régimen de cuidado de la piel efectivo. Es crucial para Arkana educar a este cliente sobre sus soluciones para generar conciencia y despertar su interés. | Reconoce el problema de la piel pero ha perdido la confianza en las soluciones disponibles . Es probable que haya tenido experiencias negativas previas con productos o tratamientos. Arkana debe demonstrar la efectividad y calidad de sus productos . |
| Cliente clásico | Cliente ideal |
| Está plenamente consciente del problema de la piel y busca activamente una solución , comparando diferentes opciones disponibles en el mercado. Es exigente y busca productos efectivos, seguros y confiables , basándose en ingredientes, ciencia y experiencias de otros clientes para tomar decisiones de compra. | No necesita ser convencido de la eficacia de los productos de Arkana y valora la calidad, la innovación y la transparencia. Para Arkana, este cliente representa una relación sólida basada en la confianza mutua y el compromiso con la excelencia en el cuidado de la piel. |

Mercado Objetivo

El público objetivo de Arkana son **dermatólogos**. Estos profesionales están en la búsqueda de productos de alta calidad y eficacia probada para satisfacer las necesidades de sus clientes. Arkana les ofrece una **línea de productos de neurocosmética innovadores y eficaces**, diseñados específicamente para abordar una amplia gama de problemas cutáneos.

Cliente ideal:



Nombre: Elena / Edad: 35 años / Ocupación: Dermatóloga / Residencia: Zapopan, Jalisco

Elena es una mujer exitosa y apasionada por el cuidado de la piel. Como **dermatóloga con su propio consultorio**, su día comienza temprano revisando los últimos estudios y tendencias en dermatología mientras disfruta de una taza de café.

Elena se esfuerza por proporcionar a sus pacientes **las mejores soluciones para una amplia gama de problemas cutáneos**, desde el acné hasta el envejecimiento prematuro. Fuera del consultorio, Elena disfruta relajarse en su spa favorito o visitar exposiciones de arte en la ciudad. Tiene un **enfoque consciente de su salud**, manteniendo una dieta equilibrada y haciendo ejercicio regularmente para mantenerse en forma. Como profesional ocupada, **valora la eficiencia y la conveniencia en su rutina diaria**.

Comportamiento digital

PLATAFORMAS

LinkedIn: Nuestro mercado objetivo utiliza sus perfiles para **conectarse con otros especialistas en el cuidado de la piel y mantenerse actualizados sobre los últimos avances en dermatología.**

Siguen a **marcas relevantes** de productos dermatológicos para estar al tanto de nuevas tecnologías y tratamientos. Además, **promueven sus consultorios** compartiendo información sobre sus servicios, logros profesionales y eventos relacionados con la dermatología. También **comparten artículos y publicaciones de interés** en el campo del cuidado de la piel.

Instagram: Esta plataforma es ampliamente utilizada por nuestro mercado objetivo para **exhibir sus servicios, mostrar resultados de tratamientos, y mantener a sus seguidores actualizados sobre promociones y eventos especiales.** Interactúan principalmente con contenido visual, como imágenes y videos cortos, que destacan los procedimientos, productos y testimonios de clientes.

Facebook: En Facebook, nuestro mercado objetivo tiende a enfocarse en **establecer una comunidad y brindar información detallada sobre los servicios que ofrecen.** Utilizan esta plataforma para compartir artículos informativos, horarios de atención, reseñas de clientes y promociones especiales. La interacción se centra en comentarios, reacciones y mensajes directos para consultas y citas.

YouTube: Esta plataforma es una **fuerza importante de contenido educativo** para nuestro mercado objetivo. Consumen entrevistas con expertos en dermatología, contenido sobre procedimientos y tratamientos, tutoriales de cuidado de la piel y reseñas de productos para mantenerse actualizados en su campo profesional.

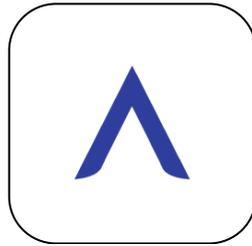
Propósito de la empresa

Ofrecer soluciones innovadoras y efectivas para el cuidado de la piel, respaldadas por la neurocosmética y la ciencia. Buscamos mejorar la apariencia y la salud de la piel de las personas, promoviendo la confianza y el bienestar. Además, nos comprometemos con la sostenibilidad y la educación para empoderar a profesionales del cuidado de la piel.

Identidad de marca

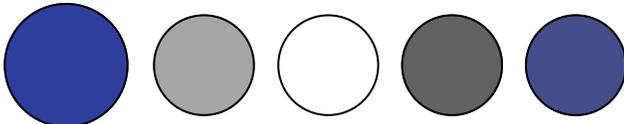


LOGOTIPO



ISOTIPO

COLORES



PRIMARIO

SECUNDARIOS

La paleta de colores de Arkana se basa en tonalidades de azul para **transmitir confianza e innovación**. Desde azules claros hasta tonos más oscuros, estos colores se utilizarán para crear un aspecto visual limpio y minimalista, reflejando la frescura y modernidad de la marca en el cuidado de la piel. Colores complementarios: **gris y blanco**.

TIPOGRAFÍAS

TIPOGRAFÍA TÍTULOS
(MONTSERRAT MEDIUM)

Tipografía cuerpo
(Montserrat regular)

