



ATYPICAL



MARKETING DIGITAL PARA EL NEGOCIO

La misión de Alibaba Group es facilitar hacer negocios en cualquier lugar.

Permitir a las empresas transformar la forma en que comercializan, venden y operan. Brindamos la infraestructura tecnológica y el alcance de marketing para ayudar a los comerciantes, marcas y otras empresas a aprovechar el poder de las nuevas tecnologías para interactuar con sus usuarios y clientes y operar de una manera más eficiente.



ONLINE STORE ESTRATEGY

Entendiendo como compran en china y que para ellos tener acceso a las marcas en el momento que lo necesitan es indispensable, tenemos pensando tener en Wulin Road conocido como “la calle de compras de las mujeres” activaciones que permitirá tener acceso a la colección de forma interactiva.

Aprovecharemos a nuestras celebridades como imagen y pondremos eculos que simularan la presencia de ella usando nuestra colección y haremos que esto sea shoppeable de forma instantanea.





TARGET

Mujeres, apasionadas por la cultura y el arte, entre los 30-50 años, de NSE alto que valoran lo artesanal.

Sienten pasión por adquirir piezas únicas que representen la riqueza natural, la exuberancia y la belleza. Buscan exclusividad y nuevas propuestas tanto de diseño como de materiales no convencionales.

ALIADOS Y PATROCINADORES FINANCIEROS

LCI Institución educativa que promueve las actividades de creatividad e innovación alrededor del mundo

PROCOLOMBIA es la entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energéticas y la imagen del país.



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



PEDIGREEE

Mujeres, apasionadas por la cultura y el arte, entre los 30-50 Paula Mendoza y Jorge Iizarazo quienes entre los dos suman más de 15 años de experiencia en la industria del diseño desde diferentes campos de acción, son las mentes creadoras detrás de ATYPICAL, estos dos colombianos aportan calidad y creatividad que se complementa para quienes tengan en su mano esta colección, tengan acceso a una verdadera joya.



PUBLIC FIGURES

La estrategia de public figures que hemos diseñado consta en tener dos brand abassadors, quienes serán las encargadas de lucir, promover y respirar la colección ATYPICAL.

Teniendo a yang mi y Angelina Jolie de embajadoras, buscamos cubrir un % de Mercado bastante alto, pues yang mi es una figura bastante reconocida en el Mercado chino y Angelina cubre el resto del Mercado internacional.

En el caso de Angelina, hoy en día cuenta con productos de hechizoo lo que facilita la cercanía a ella pues ya es amante de esta marca.





PLACEMENT

Los puntos de contacto o el “media Plan” que hemos que hemos identificado, teniendo en cuenta a nuestro target es:

Social Media tanto para las redes exclusivas que tienen en china, como las redes tradicionales para el resto del mundo: IG. FB y Twitter.

Adicional a esto, tendremos un plan de fre Press, en revistas como: FEMME, Exclama, Rayli, VOUGUE China y buscaremos un espacio en AD teniendo en cuenta que HECHIZOO quién tradicionalmente se caracteriza por tapetes y elementos decorativos para el hogar, tendrá su primera colección en la joyería.



WEBGRAFÍA

<https://www.eltiempo.com/cultura/gente/disenadora-paula-mendoza-lanza-coleccion-de-joyas-355050>

<https://www.canojewelry.com/st-lookbook-es/ss-19-es/>

<https://www.fucsia.co/actualidad/mujeres-fucsia/articulo/paula-mendoza-colaboracion-joyeria-cano/85952>

<https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/10-2019-las-joyas-precolombinas-de-paula-mendoza>

<https://www.nuevamujer.com/moda-belleza/2018/02/13/paula-mendoza-joyas-disenadora.html>

<https://www.instagram.com/p/BlyHTQHDD7R/>

<https://peopleenespanol.com/ponte-bella/paula-mendoza-busca-a-los-maestros-colombianos/>

<https://www.fucsia.co/actualidad/mujeres-fucsia/articulo/paula-mendoza-colaboracion-joyeria-cano/85952>

<https://www.instagram.com/canojewelry/>

<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15783663>

<https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Joyeria-y-Bisuteria/Noticias/2018/Febrero-2018/Paula-Mendoza-se-incorpora-a-Joyeria-Cano-como-la-nueva-directora-creativa>

<http://gerente.com/co/guias/paula-mendoza/>

<https://www.fucsia.co/edicion-impresa/articulo/marcas-de-lujo-en-colombia/77591>

<https://www.ateliercrump.com/press-1>

<https://paolaq.com/es/content/15-press>

<https://pe.fashionnetwork.com/news/Looking-for-the-masters-eleva-la-artesania-colombiana-en-el-mercado-internacional,1125165.html>

https://elpais.com/elpais/2019/07/16/eps/1563277864_514795.html

https://revistadiners.com.co/moda/2328_jorge-lizarazo-el-hombre-de-los-hilos-de-metal/

<https://www.businessoffashion.com/articles/news-analysis/macys-to-close-125-stores-and-cut-over-2000-jobs>



BIBLIOGRAFÍA

Gilles lipovetsky- El lujo eterno.

