

# ANDREA DOMÍNGUEZ

## Identidad Corporativa



## Segmentación de clientes

Niños entre los 5-14 años  
Bajo uso de redes sociales  
Frecuencia de servicio: Diario  
Red principal: Whatsapp  
Prioridad de compra: funcional y creativo  
Ubicación: En el pueblo y cercanos al hogar

Personas entre los 25-35 años  
Alto uso de redes sociales  
Frecuencia de compra: Semanal  
Red principal: Instagram  
Prioridad de compra: Desarrollo corporativo y publicitario  
Ubicación: Cercanos al establecimiento.

Padres de familia entre los 28-45 años  
Alto uso de redes sociales  
Frecuencia de compra: Semanal  
Red principal: Whatsapp, tik-tok, instagram  
Prioridad de compra: Funcional, tendencias  
Ubicación: Cercanos al establecimiento

## Propuesta valor

Análisis de la competencia:  
Apoyo logístico de tareas, material y elementos necesarios en las actividades para el hogar en la educación.

Desarrollo de material gráfico como: carteleras, libretas, marcado de cuadernos y algunos elementos decorativos en aula de clase.

Apoyo a campañas gráficas con diseño de letras “lettering”

Lluvia de ideas:  
Talleres de grafomotricidad en menores de primera infancia.

Talleres de desarrollo visual y corporativo de emprendimientos en etapas iniciales.

Diseño de intervención de espacios urbanísticos bidimensionales con sentido social o artístico.

Asesoría de tareas y capacitación de tutores para el desarrollo óptimo de procesos creativos.

Evaluar los datos de los clientes:

Crear grupos focales y leer opiniones.

Observar el comportamiento de los clientes en plataformas online de productos visuales.

Recopilar datos demográficos, hábitos de compra, preferencias de marcas, frecuencia de compra, gasto promedio.

Crear indicadores cuantitativos de compra y consulta y analizar los datos de ventas.

## Conclusiones.

Este emprendimiento se centra en la diferenciación y la personalización. En un mundo donde la comunicación visual es primordial, tener elementos diferenciadores genera un valor agregado importante.

Otorgar un carácter único y artesanal a diferentes proyectos, aportan un toque distintivo y personalizado a cada proyecto, lo que resulta especialmente atractivo para clientes no solo directos, si no indirectos.

Un negocio con un carácter adaptable y que se ajuste a las necesidades de los clientes genera una ventaja comercial tanto para el emprendimiento como para sus asociados.

Este emprendimiento tiene el potencial de desarrollar la presentación visual de la información para captar la atención y facilitar la comprensión.

ofrecer un servicio que combina la creatividad con la funcionalidad, y si se le suma la pedagogía se satisfacen las necesidades de un amplio espectro de clientes.