

Animación:

Bailarines: Verde Maria, Alea Danza, Inside Dance, Ballet Flamenco Temple



Cómicos: A riure, Manu Górriz, Álex Martínez, Pablo Carrascosa.



Pirotécnicos: Pirotecnia del Mediterráneo, Pirotecnia Valencia



Magos: SeluXL, Mag Martí, Toni Pons.



Otros: Fotomatón Express Levante, Ya Karaoke, Mis Palomas.



Otros:

Detalles de boda: Jardín de detalles y Eventos, Roll & Go, Nuptalia.



Establecimientos convencionales: El Corte Inglés, IKEA, Makro.



Infraestructuras: arco, tarimas, etc.

2. Indirectos:

Espectáculos: acróbatas, domadores, magos, ilusionistas, tatuadores, etc.

Vestimenta especializada (según temática).

Pescaderos y carniceros.

- Stakeholders:
 - Transportes: trenes, aviones, barcos.
 - Establecimientos: SH Inglés, Vincci, Puerta de Valencia, Melía, etc.
 - Tiendas de ropa: Zara, El Corte Inglés, Mango, Sfera, etc.
 - Peluquerías: Toni&Guy, OhmyCut!, Llongueras, Marco Andani, etc.
- Competencia
 - Directa: Romeos y Julietas, Ruano Wedding & Events, Imatge, El viejo Atelier, Promesse, D eventos, Me love events, Lazos y corbatas, Mediterranean Celebrations, Érase una vez, Cosa d2, Red velvet eventos, Inaugura, Bodas y algo más, Qué ilusión!.
Detallaremos este apartado en el siguiente epígrafe.
 - Indirecta: Empresas de eventos que no tengan especialización en eventos nupciales ni ofrezcan los mismos servicios.
- Clientes: Hemos realizado varias fichas de clientes podrán encontrar en el **ANEXO 3**, de tal forma que se apreciará el trabajo inicial de la empresa, que es pedir los datos más relevantes a los novios para poder empezar a trabajar.
- Instituciones
 - Iglesias
 - Juzgados
 - Ayuntamientos
 - Embajadas
 - Consulados
 - Autoridades navales

10. Competencia.

Análisis de la competencia.

La figura profesional del Wedding Planner está actualmente en auge, por lo que no es de extrañar que en los últimos años se haya incrementado el número de empresas que se dedican a ello. A pesar de que este crecimiento de la profesión se haya producido en un corto periodo de tiempo, sólo en la Comunidad Valenciana encontramos un gran número de empresas que se dedican a ofrecer los servicios que “Serena y Blair” también ofrece. Hemos seleccionado una serie de factores para acotar el número de empresas que formarían nuestra competencia y son:

- Situación geográfica: todas aquellas empresas que tengan sede en o realicen sus funciones dentro del territorio de la provincia de Valencia y alrededores y que también cumplan el resto de factores, formarán parte de nuestra competencia.

- Servicios que ofrecen: al tratarse de una empresa de servicios integrales, nos ha parecido importante fijar como requisito que nuestra competencia también ofrezca la totalidad de los servicios que nuestra empresa brinda o gran parte de ellos.

- Comunicación: sólo aquellas empresas que tengan la capacidad de comunicarse tanto en medios convencionales como en medios no convencionales serán incluidas en nuestra competencia. “Serena y Blair” pretende tener una fuerte y constante comunicación en Redes Sociales, al mismo tiempo que en otros medios de comunicación, ya que tenemos la entera convicción de que el futuro de la comunicación reside en gran medida en los medios online.

Tras hacer una investigación y eliminar las empresas que no cumplieran estos factores, hemos encontrado quince empresas de Wedding Planner que sí

formarían parte de nuestra competencia directa. A continuación hablaremos de cada una de ellas:

- **Romeos y Julietas:** Esta empresa situada en la capital de Valencia y fundada por dos jóvenes mujeres, Rosa y Marta, ofrece al igual que “Serena y Blair” servicios integrales para un evento nupcial. Entre ellos destacan: asesoramiento, coordinación de la boda, ceremonias religiosas y civiles, localización y restauración, decoración y ambientación, invitaciones de boda, tarjetería, detalles y lista de boda, fotografía y vídeo, música y animación, etc.

Respecto a su comunicación, poseen una página web propia (<http://www.romeosyjulietas.es>), además de un perfil de Facebook, que actualizan prácticamente todos los días con diversos contenidos sobre el sector nupcial (<https://www.facebook.com/romeosyjulietas>) y una cuenta en Twitter (<https://twitter.com/RomeosyJulietas>) y Pinterest (<https://www.pinterest.com/romeosyjulietas/>).

- **Ruano Wedding & Events:** Dedicada a la organización integral de eventos, especializada en crear espacios para celebrar una boda, así como la decoración: carpas y jaimas, propuestas de catering y repostería creativa, mobiliario y zona Chill Out, iluminación y ambientación musical, arreglos florales y de ceremonia, fotografía, vídeo y photocall, diseño de la papelería de la boda, etc. En este caso, la empresa se encuentra en Gandía, cercana a Valencia. Su comunicación está basada en una página web propia (<http://www.ruanogroup.com/organizar-boda-gandia/>) y una página de Facebook que actualizan con información sobre los enlaces que realizan, los ambientes y la decoración etc. (<https://es-es.facebook.com/pages/Tatiana-Ruano-Wedding-Personal-events/>)
- **Imatge:** Empresa valenciana cuyos servicios, entre otros, son: catering, floristería, ambientación, menaje, servicios de audiovisuales, música en vivo, estilismo, joyas, reportajes en foto y vídeo, servicio de protocolo,

vehículo nupcial, luna de miel, etc. Como algo a destacar de esta empresa, debemos decir que es de las pocas en la Comunidad Valenciana que se encarga también de gestionar la luna de miel y el viaje de novios, al igual que en “Serena y Blair” que marca su diferenciación ofreciendo este novedoso servicio a sus clientes. La comunicación de esta empresa es muy completa, ya que, como todas, tiene página web propia (<http://imatge-eventos.com/>) además de un perfil en Facebook (<https://www.facebook.com/pages/Imatge-Eventos/>), una cuenta en Twitter (https://twitter.com/Imatge_eventos) y un blog de la empresa donde actualizan la información sobre sus eventos cada poco tiempo (<http://imatgebodas.blogspot.com.es/>).

- **El viejo Atelier:** es otra de las empresas situadas en Valencia y cuyos servicios son muy completos: ceremonia, localización, restauración, decoración, ambientación, invitaciones de boda, tarjetería, detalles de boda, lista de boda, fotografía y vídeo de boda, música y animación, alquiler de coches, Viaje de novios, etc. Como ya se ha dado el caso anteriormente, El viejo Atelier también ofrecer al igual que nuestra empresa, la organización del viaje de novios/luna de miel, algo destacable y que pocas empresas seleccionadas ofrecen. Posee una página web propia (<http://www.elviejoatelier.com/>) y una página en Facebook (<https://www.facebook.com/elviejoateliereventos>).
- **Promesse:** empresa valenciana formada hace tan sólo un año. Los servicios que ofrece son también integrales, y entre ellos están la planificación de la boda, el diseño, la decoración, la supervisión, el asesoramiento, la gestión, y la coordinación. Su comunicación se basa en actualizar el contenido cada semana y poseen una página web propia (<http://www.promesse.es/>), una página de Facebook (<https://www.facebook.com/promessebodas>) y una cuenta en Twitter

(<https://twitter.com/promessebodas>) y Pinterest
(www.pinterest.com/Promessebodas/).

- **D eventos:** es otra de las empresas competidoras en Valencia, cuyos servicios son, por ejemplo, banquetes, trajes de novia y novio, decoración, flores, coche nupcial, fotografía y vídeo, peluquería y estética, entre otros. Tiene poca comunicación y no posee página web propia, pero sí un perfil en Facebook (<https://www.facebook.com/deventosybodas>) y un blog que utiliza como página web (<https://conbodasyaloloco.wordpress.com/>).
- **Me love events:** fuerte empresa valenciana cuyos servicios integrales son: ceremonia, localización, restauración, decoración, invitaciones de boda, detalles, lista de boda, fotografía y vídeo, música y animación, alquiler coches, viaje, material técnico, estilismo, maquillaje y peluquería, coordinador de boda, etc. Su página web es www.meloveevents.com/ y tiene cuentas en dos de las principales redes sociales, que son: Facebook (<http://www.meloveevents.com/>) y Twitter (<https://twitter.com/meloveevents>).
- **Lazos y corbatas:** En los alrededores de Valencia, concretamente en Mislata, se encuentra esta empresa, dedicada también a ofrecer a sus clientes unos servicios plenos a la hora de organizar un enlace. Entre ellos cabría destacar su servicio de creación de espacios para la ceremonia y el banquete, catering, decoración floral, música y animación, vehículos, peluquería y maquillaje, etc. Al igual que en la anterior empresa, esta cuenta con página web propia (<http://lazosycorbatas.com/>) y página de Facebook (<https://www.facebook.com/lazosycorbatasjuliabarba>) y Twitter (<https://twitter.com/LazosyCorbatas>).

- **Mediterranean Celebrations:** Empresa muy completa a nivel de servicios y con muy buena comunicación. Es conocida en toda España y sirve como referente en el sector de los eventos sociales. Sus servicios dedicados a la organización de eventos nupciales son integrales al igual que el resto de empresas que forman parte de nuestra competencia, y entre ellos destacan la localización, decoración y ambientación de los espacios, restauración, invitaciones y tarjetería, detalles de boda, música, fotografía y vídeo, alquiler de coches, estilismo para los novios e invitados, asistente de boda en el día de vuestro enlace, etc. En cuanto a su comunicación, como decíamos es muy completa ya que tienen página web propia (<http://www.mediterrancelebrations.com/>) además de página en Facebook (<https://www.facebook.com/pages/Mediterranean-Celebrations/>), Twitter (<https://twitter.com/MediterraneanC>) y Pinterest (<https://www.pinterest.com/mediterrance/>). Esta empresa se encuentra en la provincia de Valencia, concretamente en Gandía.
- **Érase una vez:** situada en Ontinyent (Valencia), esta empresa ofrece servicios a sus clientes como localización del lugar de celebración y banquete, invitaciones y papelería, fotografía y vídeo, decoración y ambientación, floristería, Candy bar, música, coches, maquillaje y peluquería, etc. Cuentan con página web propia (<http://www.eraseunavezbodas.es/>), un perfil en la red social Facebook (<https://www.facebook.com/erasesunavezbodas>) y una cuenta en Twitter (<https://twitter.com/erasesunavezboda>).
- **Cosa d2:** Empresa cuya sede se encuentra en Gandía y ofrece, al igual que todas las anteriores, servicios integrales a sus clientes: coordinación de boda, localización y restauración, decoración y ambientación, invitaciones y tarjetería, fotografía y vídeo, alquiler de coches, material técnico, mesas dulces, etc. Su comunicación se basa en una página web

propia (<http://www.cosad2eventos.com/>) y una página en Facebook (<https://www.facebook.com/cosad2eventos>).

- **Red Velvet eventos:** es otra de las empresas competentes dentro del sector nupcial situada cerca de Valencia (Alfajar). Sus servicios van desde la organización de la ceremonia, la localización y restauración, la decoración y la ambientación, etc. hasta por ejemplo, invitaciones de boda, tarjetería, detalles de boda, fotografía y vídeo de boda, etc. A pesar de poseer una página web propia (<http://www.redvelveteventos.com/>), no se encuentra actualmente en funcionamiento. Tiene, por otro lado, un perfil en Facebook (<https://www.facebook.com/pages/Bodas-Red-Velvet-Eventos/>) que no está actualizado desde noviembre del pasado año.
- **Inaugura:** es una de las primeras empresas de Valencia que se dedicaron integralmente a la organización de eventos nupciales, aunque también gestionan otro tipo de celebraciones. Sus servicios son como los de toda empresa de eventos integrales, pero su particularidad es que también organización despedidas de solteras/os. Al igual que los viajes de novios/luna de miel, nuestra empresa también organiza este tipo de fiestas, por lo que consideramos importante destacar ese fuerte elemento competidor que no tiene prácticamente ninguna otra empresa. Su comunicación es prácticamente nula, pero a pesar de ello, es una empresa que lleva bastante tiempo en este mercado y consideramos que aunque no sea buena comunicativamente hablando (sólo posee página web y está muy desactualizada: <http://www.inaugura.es/>) tenemos que introducirla en nuestra lista de competidores.
- **Bodas y algo más:** esta empresa de Valencia fue creada y dirigida por Macarena Gea, socia desde 2009 del estudio de arquitectura e interiorismo "Três", blogger de moda y lifestyle en www.macarena-gea.com y colaboradora en diversas publicaciones como Hello Valencia,

Showroom y Atelier LOVE, especializada en el sector nupcial. A su cargo se encuentran otras dos personas que facilitan y trabajan conjuntamente para que sus eventos nupciales sean del agrado del cliente. Entre sus servicios podemos encontrar la organización de la ceremonia, espacios, arreglos florales, decoración, diseño gráfico, producciones audiovisuales, detalles para los invitados, fotografía y vídeo, montaje de carpas, mobiliario y menaje, asesoría de imagen y transporte. Su comunicación es, a nuestro parecer, de las mejores que puede tener una empresa de eventos nupciales. Cuenta con una página web propia (<http://www.bodasyalgommas.es/es/>) y presencia en las principales redes sociales, como Facebook (<https://www.facebook.com/BodasYAlgoMas.es>), y Twitter (<https://twitter.com/macarenagea>).

- **Que ilusión!:** Percibimos esta empresa como otra de las fuertes competidoras en los alrededores de la capital de Valencia (Alaquàs). Ofrece servicios integrales, tales como la organización de la ceremonia, banquete, invitaciones, fotografía y vídeo, florista, alquiler de coches, detalles para los invitados, joyería, trajes de novio y complementos, etc. También ofrece la planificación del viaje de novios y tiene una comunicación muy buena y sobre todo activa y constante. Posee página web propia (<http://www.queilusion.es/>), página en Facebook (<https://www.facebook.com/pages/Que-ilusión>), un blog de la empresa (<https://queilusion.wordpress.com/>) y presencia también en YouTube y Pinterest. Además, es la única página web que tiene tienda online, donde venden productos decorativos o detalles para los invitados de la boda.

11. Manual de Identidad Visual corporativa.

11.1. Introducción.

El **Manual de Identidad Visual Corporativa** recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual de “Serena y Blair”. Como elementos constitutivos establecemos las normas que regulan el uso y aplicación de la identidad en el plano del diseño, las pautas de construcción, el uso de las tipografías o signos gráficos escogidos en todas sus posibles variaciones y las aplicaciones cromáticas de la marca.

La consolidación de la nueva imagen de “Serena y Blair” necesita una atención especial a las recomendaciones expuestas en este Manual como documento que nos garantiza una unidad de criterios en nuestra comunicación y difusión pública.

El Manual de la Marca debe ser, por tanto, una herramienta “viva” y presente en todas las aplicaciones de la marca corporativa y su convivencia con sus servicios. Las directrices que contiene este documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad de la empresa, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.

De este modo, se ha dotado a “Serena y Blair” de una imagen visual propia y diferenciada para preservar la identidad visual de la empresa y establecer un nexo de unión entre la agencia y sus stakeholders con la intención de crear recuerdos de forma simbólica y visual. Es decir, su correcta utilización conformará la creación de una imagen fuerte y duradera en la mente de los públicos de interés al recordar cada uno de los elementos que la componen.

11.2. Nombre.

“Serena y Blair” son los nombres de dos chicas jóvenes que son protagonistas de una serie de televisión llamada *Gossip Girl*. Hemos decidido darle a nuestra empresa este nombre por dos motivos: el primero de ellos es que a ambas nos encanta esta serie, sus personajes, sus misterios, sus dramas... Nos enganchó

nada más ver el primer capítulo y es algo que nos ha unido más de lo que ya estábamos antes; el segundo motivo es porque Serena y Blair tienen en la serie unos ideales y una forma de ser muy distinta la una de la otra, pero aún así son íntimas amigas. Esto nos recuerda a nosotras mismas, que somos realmente diferentes, pero al mismo tiempo podemos tener una gran amistad. Nos gusta decir que nos complementamos la una a la otra. Serena, por un lado, aporta, con el significado de su nombre, el toque de confianza que queremos darle a nuestros clientes. Blair, por otro lado, desprende elegancia.

11.3. Logotipo e isologotipo.

“Serena y Blair” es un nombre muy largo, lo que nos dificulta a la hora de colocarlo y serigrafiarlo en ciertos soportes. Por ello, utilizaremos el isologotipo primordialmente para nuestro merchandising, mientras que, por otro lado, para objetos puntuales o tarjetas de identificación, cartas y papelería en general, sí se utilizará el logotipo completo.

De este modo, como vemos a continuación, el isologotipo estará formado por las iniciales de los nombres de la empresa y la “&” como unión de esas dos siglas. Pensamos que de esta manera es más corto, más fácil de pronunciar y más fácil de recordar para nuestros clientes.



En el caso del logotipo, constará de los dos nombres de mujer unidos por la conjunción “y”, en letra cursiva y bordeados por unas esquineras negras que enmarcarán el nombre en un rectángulo. No será un rectángulo cerrado, ya que

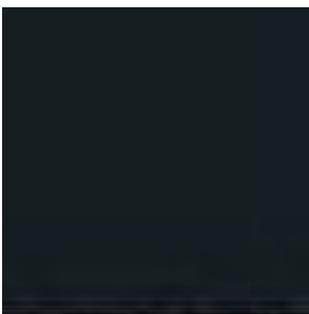
queremos dar esa sensación de libre elección. Es decir, tú decides si cerrar el rectángulo mediante una línea recta o no.

Serena y Blair

11.4. Colores corporativos.

Nuestros colores corporativos serán básicos. Con ello tenemos la ventaja de que, a la hora de serigrafiar nuestro logo e isologotipo, no habrá problemas.

El color seleccionado es el negro sobre fondo blanco. El color negro es un color fuerte, asociado a la violencia, muerte, elegancia e incluso sensualidad. Nosotras de aquí pretendemos extraer los dos últimos valores que concuerdan con lo que queremos ser y transmitir. Es un color neutro, al igual que el blanco, otro de nuestros colores corporativos.



PANTONE 19-4305
Pirate Black

El blanco es, según el simbolismo, el color más perfecto. Es luminoso, es el color de los dioses, por lo tanto es el color de la pureza y la perfección. Al estar relacionado con la pureza lo está por extensión con la limpieza.

Tras la época del Rococó, en la que los ornamentos de los ropajes representaban una calidad superior y un mayor poder económico, llegó el inicio de la Revolución Francesa y con ella, la novedad del blanco para que no se juzgara a nadie por su aspecto exterior. Y con esta moda nació también la costumbre del color blanco del vestido de las novias.

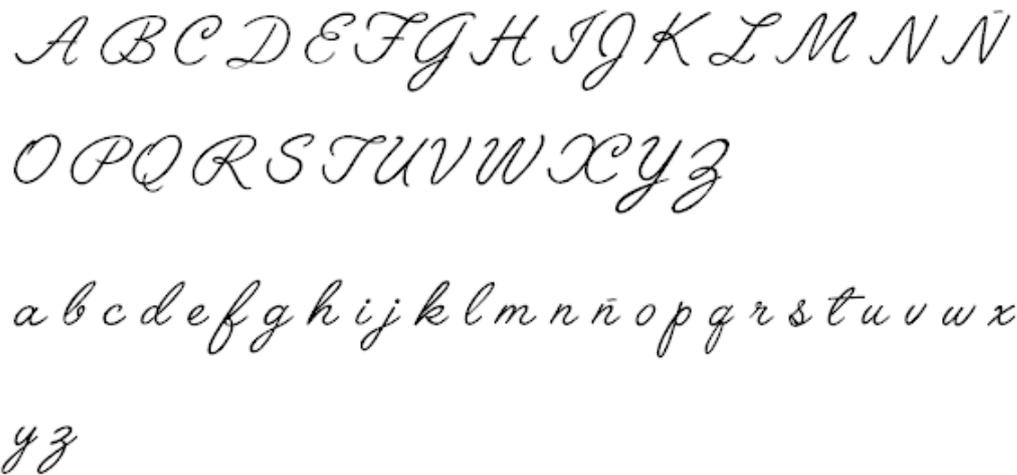


Aunque creamos que es una costumbre antigua y tradicional, la inclusión del blanco en el traje de novia es una costumbre del siglo XIX. Antes, no había una norma específica en el casamiento y normalmente las novias se ponían un traje que ya tenían. Incluso se da la circunstancia de que éste podía ser de color negro porque así podían volverlo a utilizar. Más tarde, la moda del blanco se relacionó con las reinas, por lo que todas aquellas que se casaban de blanco eran reinas por un día.

11.5. Tipografía corporativa.

El tipo de letra es clave a la hora de comunicar una serie de valores o intenciones a los receptores. En este caso, “Serena y Blair” plasma su identidad organizacional una vez más mediante una cuidadosa selección de su tipografía. Para el nombre de la empresa se ha escogido la tipografía **Angelface**. Todas las letras que componen el logotipo están en minúsculas

menos las iniciales de los nombres, al igual que todas las letras del isologotipo. En este caso la “&” central será algo más pequeña que ambas iniciales.

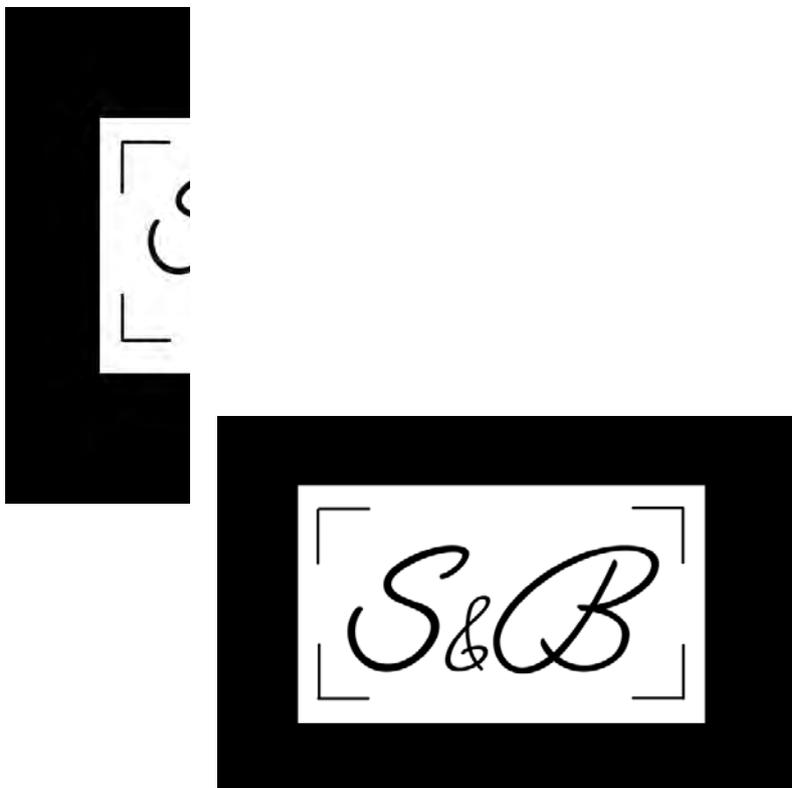


Una tipografía fina, redondeada y en cursiva da la elegancia exquisita que tenemos, además de la frescura y mirada al futuro que transmite la cursiva. Al mismo tiempo, la unión de caracteres y detalles personalizados construyen una tipografía individualizada que aporta a la marca una identidad propia y una modernidad fundamentales para perdurar en el tiempo.

11.6. Usos correctos.

En general, las impresiones oficiales serán aquellas que se muestren sobre fondo blanco, ya que sobre fondo negro no se vería. De la misma forma, el isotipo quedaría impreso sobre un fondo en color blanco. No obstante, en el caso de que se utilizase un fondo negro o de un color oscuro, tanto el logotipo como el isologotipo quedarían enmarcados en un fondo blanco, como vemos a continuación en la imagen. Además, las variaciones del logotipo estarán confeccionadas en una sola tinta. No obstante, también se considerarán válidas las transparencias sobre fondo con una textura más rígida y de mayor grosor a la de un folio, siempre y cuando no se distorsionen ni deformen los elementos que conforman el logotipo, así como el isotipo. De esta forma, se preserva su significado y representación original.

A continuación se muestran algunos ejemplos de cómo puede variar el logotipo y el isotipo:



Las únicas medidas que se han de seguir tendrán estas proporciones: la más grande será de 90,5 x 210cm y la más pequeña de 2x6cm. Tenemos que tener en cuenta que siempre dejaremos un margen entre 0.5 cm a 0.2 cm como mínimo, dependiendo del tamaño.

La medida grande:



La medida pequeña:



11.7. Usos incorrectos.

Por lo que respecta a las variaciones del logotipo e isotipo, serán consideradas no autorizadas todas aquellas que no cumplan con los criterios anteriormente detallados. A continuación, se exponen una serie de ejemplos sobre las versiones incorrectas de “Serena y Blair” en su totalidad:

Con otro encuadre



Deformado y sin esquineras

Serena y Blair

Sin esquineras

Serena y Blair

De otro color

Serena y Blair

11.8 Aplicaciones.

El logotipo de “Serena y Blair” se utilizará en diferentes productos de merchandising con el fin de dar a conocer la empresa y potenciar el conocimiento de la misma en el sector publicitario. Algunos de estos productos se repartirán entre los proveedores de “Serena y Blair” para que estén presentes en sus oficinas. Veamos algunos ejemplos:

- Bolsas:



- Bolígrafos:



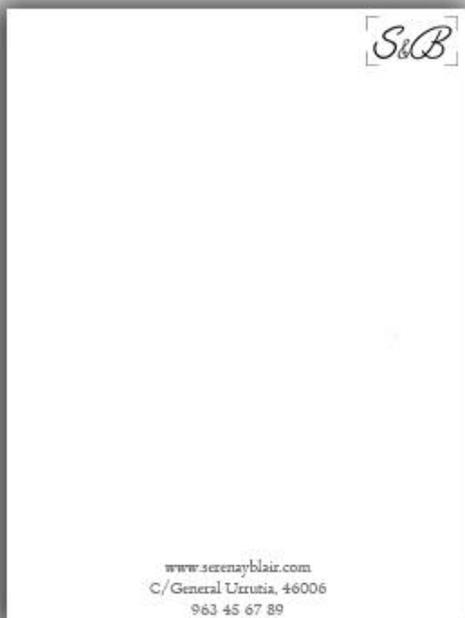
- Cajas de anillos:



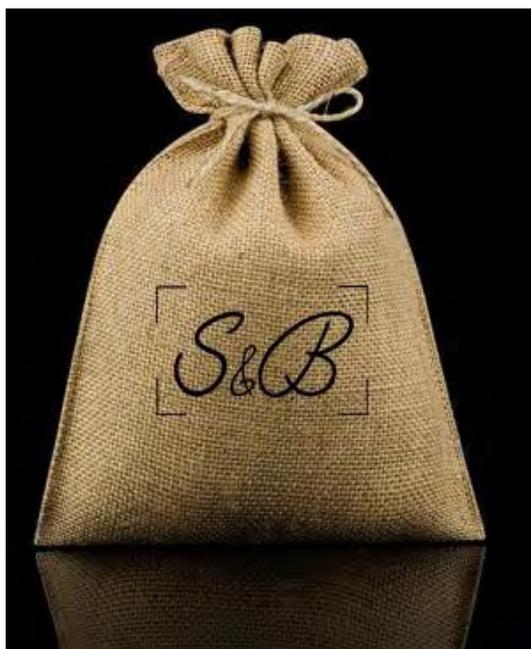
- Copas de champagne:



- Folios de empresa:



- Sacos de arroz:



- Sobres:



- Tarjetas de visita.



Parte delantera



Parte trasera

BLOQUE 2: PLAN DE MARKETING.

1. Posicionamiento.

Posicionamiento estratégico: “Serena y Blair” es una empresa nueva que nace en el momento en el que la profesión de Wedding Planner está teniendo auge. Por ello, nos enfrentamos a una gran cantidad de empresas que forman parte de nuestra competencia, tanto a nivel nacional como internacional. Al ser una empresa nueva dentro del sector nupcial no ha tenido la oportunidad de ser conocida por nuestros públicos de interés. A pesar de ello, queremos que se posicione en la mente del consumidor conforme a los valores que ya hemos nombrado con anterioridad: nuestra actitud favorecerá que el cliente esté siempre tranquilo y seguro de que quien organiza su boda es alguien en quien depositar su **confianza**; pondremos todo nuestro empeño en que todo lo que hagamos siempre tenga la máxima **calidad** posible, puesto que para nosotras un trabajo sin calidad no es un trabajo bien hecho; garantizamos que todos los trámites serán tratados con la **seriedad** que se merecen para que el cliente tenga fe en nuestro trabajo y confíe en nosotras; y por último, al ser un sector tan competitivo, **innovar**, sorprender, conseguir lo que nadie ha conseguido es algo que nos motiva día a día y nos lleva a esforzarnos al máximo en cada uno de nuestros eventos. Todos estos valores deben ir siempre impregnados de algo que también nos define: la elegancia.

Posicionamiento perceptual: Como ya hemos explicado en el posicionamiento estratégico, todavía no hemos presentado la empresa a nuestro público, por lo que éste no se ha podido crear una imagen positiva o negativa de ella. Siguiendo con los valores que ya hemos comentado con anterioridad (confianza, calidad, seriedad e innovación) y llevando a cabo una serie de estrategias y acciones que explicaremos más adelante, pretendemos colocarnos en la short-list de nuestro público objetivo a nivel nacional. Algo que nos diferencia de muchos de nuestros competidores es el hecho de que

“Serena y Blair” ofrece un servicio que muy pocos poseen: la organización de los eventos que preceden a una boda y los que se celebran tras ella, como, por ejemplo, despedidas de solteros/as, viaje de luna de miel, pedidas de mano, etc. Utilizaremos esto como un valor que nos diferencie de otras empresas y lo realizaremos, al igual que el resto de nuestros valores, en la comunicación que desarrollemos con el tiempo.

Otro aspecto con el que también contamos para diferenciarnos del resto de empresas, es el que nos permite llegar a tener una relación muy cercana con nuestros clientes. Nuestra profesión implica estar en continuo contacto con personas que no conoces o que acabas de conocer. Nos resulta importantísimo el hecho de establecer con ellos una relación estrecha, de confianza, casi de familiaridad, porque realmente cuando organizas una boda formas un vínculo necesario con los novios que permite que depositen en nosotras su confianza y su seguridad.

2. Objetivos de marketing.

Cuantitativos:

- Económicos:
 1. Obtener un porcentaje de al menos 60.000 euros el primer año.
 2. Obtener un 20% de beneficio sobre el total facturado el primer año de trabajo.

- Comerciales:
 1. Captación de nuevos clientes: Realizar el primer año un mínimo de tres bodas y posteriormente, realizar un evento o boda cada dos meses e intentar aumentar este porcentaje.
 2. Conseguir un 25% de coeficiente de penetración en el mercado a partir del segundo año.
 3. Tener una cobertura del 75% en el medio online.

Cualitativos:

1. Conseguir ser una de las cinco empresas que lideran este sector a partir del quinto año.
2. Ser una empresa cuyos demandantes la reconozcan por su variedad de servicios.
3. Afianzar la relación con nuestros proveedores principales (establecimientos, floristerías, peluquerías, vestimenta, etc.)

3. Público objetivo.

El público al que nos vamos a dirigir es, principalmente, gente joven, es decir, que contraigan sus primeras nupcias, de entre los 20 hasta los 40 años de edad. Pueden ser personas que hayan acabado la universidad o que estén dando sus primeros pasos a nivel laboral. Es importante destacar que no afecta el hecho de que hayan nacido o residan en la provincia donde nosotras ejercemos esta actividad. Simplemente con que quieran celebrar sus nupcias en la Comunidad Valenciana o quieran contar con nuestros servicios serán acogidos con los brazos abiertos. En cuanto al tema del nivel adquisitivo de nuestro público, las bodas tienen muy mala fama por lo inmensamente caras que resultan en muchas ocasiones. Nosotras, sin embargo, defendemos que, para contraer las nupcias, no es necesario que nuestros potenciales clientes tengan unas rentas muy elevadas, sino que simplemente pueden ser parejas que tengan una capacidad adquisitiva media. Una de nuestras frases favoritas a la hora de asumir la responsabilidad de un trabajo, y sobre todo, si se tratase de este tipo de público, es que “menos es más”; es decir, no hace falta gastarse grandes sumas de dinero para conseguir la boda de tus sueños, simplemente hay que saber con quién hablar. Por eso, en “Serena y Blair” nos encargamos de convertir la ficción en realidad, de manera que ese día todo sea como un cuento de hadas.

4. Marketing MIX: Estrategia de marketing.

Las definiciones que da en su blog Roberto Espinosa, especialista en marketing, estrategia e innovación y miembro de la junta directiva del Club de Marketing de Valencia, se ajustan a la perfección a nuestra concepción de las variables del marketing mix. A continuación, veremos dichas definiciones y le añadiremos nuestra aportación en lo referente a nuestra empresa.

4.1 Producto.

“El producto es la variable por excelencia del Marketing Mix ya que engloba tanto a los bienes como lo servicios que comercializa una empresa. Es el medio por el cual se satisfacen las necesidades de los consumidores. Por tanto, el producto debe centrarse en resolver dichas necesidades y no en sus características tal y como se hacía años atrás.”

Con el fin de satisfacer las necesidades de cada cliente, pretendemos adaptar en nuestra empresa cada servicio según sus gustos y preferencias e innovar en todos nuestros trabajos, a través de un diseño, una presentación, un trato, la selección de proveedores, etc.

A pesar de que nuestros servicios se centren en ritos católicos y civiles, tenemos un amplio abanico de posibilidades que nos permiten que cada cliente se sienta único y diferente, y lo sea en la realidad.

4.2 Precio.

“El precio es la variable del marketing mix por la cual entran los ingresos de una empresa. Antes de fijar los precios de nuestros productos, debemos estudiar ciertos aspectos como el consumidor, mercado, costes, competencia, etc.”

Al ser una empresa nueva, hemos realizado un estudio previo sobre el posible consumidor y la competencia para saber qué proveedores seleccionar y a qué precio contratar sus servicios, dependiendo del presupuesto del cliente. Con ello, hemos llegado a la conclusión de que para abarcar la gran cantidad de público al que nos dirigimos y al tener tanta competencia, tenemos que ofrecer

un abanico muy amplio de servicios que se adapten a un público cuya capacidad adquisitiva sea media o alta. Por otro lado, también consideramos como nuestro público a aquellas parejas que no posean un presupuesto elevado. Así, nuestra idea es dar al cliente más facilidades, ofreciéndole una serie de descuentos y promociones que permitan hacer más asequible su enlace e introducirnos al mismo tiempo más fácilmente en el mercado de los eventos nupciales. Por ejemplo:

- Realizamos un 5% de descuento a personas de la misma familia que contraten nuestros servicios en un periodo de tiempo de 3 o 4 años.
- Crear paquetes de boda cerrados, con el fin de lograr una rápida penetración en el mercado. Cualquier cambio fuera del paquete será un cargo adicional para el cliente.
- Ofrecer descuentos de entre el 10 y el 20% dependiendo de las fechas dentro de la temporada baja de nupcias.

4.3 Distribución.

“[...] la distribución consiste en un conjunto de tareas o actividades necesarias para trasladar el producto acabado hasta los diferentes puntos de venta. La distribución juega un papel clave en la gestión comercial de cualquier compañía. Es necesario trabajar continuamente para lograr poner el producto en manos del consumidor en el tiempo y lugar adecuado”.

Como en nuestro caso no intercambiamos productos, sino servicios, pensamos que la mejor forma de hacer frente a este aspecto es mediante el uso de intermediarios, por ejemplo, stakeholders o nuestros principales proveedores, con el fin de lograr una mayor cobertura de nuestros servicios. El objetivo de ello sería llegar a nuestros clientes de la forma más fiable y segura posible, es decir, por recomendación de un proveedor o de alguien que ya haya disfrutado de nuestros servicios. Un ejemplo de esto sería cuando una joven pareja se dirige a una papelería para pedir presupuesto para unas invitaciones de boda. Si contamos con que esta papelería de la que hablamos es nuestro proveedor, se encargará de mencionarles nuestra empresa y nuestros servicios, al mismo

tiempo que les dará una tarjeta de “Serena y Blair” que le habremos proporcionado con anterioridad.

4.4 Comunicación.

“Gracias a la comunicación las empresas pueden dar a conocer, como sus productos pueden satisfacer las necesidades de su público objetivo”.

Para nuestra empresa es de vital importancia este punto, por dos principios concretos: el primero, es que ambas hemos estudiado una carrera que tiene que ver la comunicación (Publicidad y Relaciones Públicas) y sabemos cómo trasciende y qué puede suponer para una empresa el hecho de tener una buena comunicación; el segundo es que en la actualidad es imposible ser visible y diferenciarse del resto de empresas competidoras si no tienes un buen plan de comunicación bajo el brazo, ya que la demanda y la cantidad de servicios exactamente iguales que ofrecen miles de empresas hace que cada día sea más importante destacar sobre el resto. Para eso no hay mejor manera que llevar a cabo una buena comunicación sorprendente e innovadora. En el siguiente apartado, el Plan de comunicación, explicaremos todo esto con mayor detenimiento.

5. Plan de comunicación.

Como decíamos, desarrollar una buena comunicación es vital para que no sólo nuestros públicos de interés nos conozcan, sino que con la actual competencia que tenemos en el sector nupcial también es igual de necesario crear una diferencia sobre las demás empresas. Así pues, hemos decidido llevar a cabo una serie de acciones que siguen al pie de la letra los objetivos que nos hemos marcado durante todo el proceso de la creación de nuestra empresa. Para empezar, hablaremos de los objetivos de comunicación, que tienen que tener coherencia absoluta con los objetivos generales de la empresa. Una vez tengamos dichos objetivos, seguiremos planteando una estrategia de comunicación, acompañada de unas tácticas y acciones que ejemplifican perfectamente cómo vamos a alcanzar nuestra meta.

5.1 Objetivos

Los objetivos de comunicación son los siguientes:

- El primero y principal es el de dar a conocer “Serena y Blair” entre los públicos de interés como una empresa dedicada a la organización integral de eventos nupciales, especializada en rito católico y civil dentro de la Comunidad Valenciana.
- Conseguir la fidelización con los proveedores contando siempre con sus servicios en nuestras acciones y de esta forma empezar a conseguir nuestros primeros clientes. Si mantenemos una buena y sana relación con nuestros proveedores será mucho más sencillo el hacer correcto y lo más rápido posible nuestro trabajo.
- Posicionar la empresa en la mente del consumidor no sólo como una empresa de eventos nupciales, sino aportarle un valor añadido, como por ejemplo el de la elegancia, que nos permita marcar la diferencia entre el resto de competidores. De esta forma conseguiremos que nos recuerden a lo largo del tiempo y que no sea una relación corta ni pasajera.
- Consolidar y arraigar en la Comunidad Valenciana la figura del Wedding Planner como un profesional en su trabajo y una figura necesaria para la organización de una boda.

5.2 Determinación de estrategias de comunicación corporativa.

Con el fin de alcanzar los objetivos marcados en el epígrafe anterior, se llevará a cabo una estrategia de comunicación que estará condicionada por ciertos aspectos económicos, geográficos y empresariales de la Comunidad Valenciana, lugar donde se va a desarrollar la actividad empresarial. Como ya se ha explicado anteriormente, la figura del Wedding Planner está en auge en la actualidad, sobre todo en países como España, donde esta actividad se profesionalizó con varios años de retraso respecto a otros países como

Inglaterra o Estados Unidos. Estamos ante un boom de empresas que se quieren dedicar a la organización de eventos nupciales y al mismo tiempo algunas de ellas ya tienen experiencia en el sector. Por ello, ahora más que nunca es momento de lanzar este proyecto y posicionarnos como una empresa que se diferencie del resto de su competencia ofreciendo, por ejemplo, servicios integrales y otras celebraciones dentro del evento nupcial en sí mismo (despedidas de soltero/a, viajes de luna de miel, etc.). Lo más curioso es que, a pesar de haber muchas empresas que nacen ahora en la Comunidad Valenciana, muy pocas de ellas se han preocupado por promocionar su empresa y por abogar en la publicidad para darse a conocer.

Sabiendo esto, la estrategia de comunicación que debe seguir “Serena y Blair” no es otra que la de marcar la diferencia tanto en los servicios que ofrecemos a nuestros clientes como en el impacto ante un público que no está acostumbrado a ver publicidad de empresas de eventos nupciales. De esta forma el **eje de comunicación** que seguiremos es **“Serena & Blair marca la diferencia entre las empresas de eventos nupciales, por la calidad de sus servicios, por lo innovador que resulta su trabajo y porque es capaz de convertir la ficción en realidad”**.

Como ya hemos dicho, al crear una empresa nueva, el objetivo principal es darnos a conocer a nuestros públicos de interés. Con esto, y teniendo en cuenta el eje de comunicación, planteamos el siguiente **concepto creativo** siguiendo este hilo conductor: **“¿Quieres casarte conmigo?”**. Tres palabras que normalmente aportan felicidad a una pareja de enamorados que ha decidido dar el salto y convertirse en marido y mujer. En muchas ocasiones también se convierte en una pregunta tabú o algo que “ya no se pregunta”. Pues bien, el mismo objetivo que persigue un novio/a cuando le pregunta a su enamorado/a esta cuestión es el mismo que el que tenemos en “Serena y Blair”: que se casen con nosotras, que confíen en nuestra empresa para que les organicemos la boda perfecta.

5.3 Explicación de tácticas a desarrollar:

A la hora de definir las tácticas estratégicas a desarrollar dentro del plan de comunicación de “Serena y Blair”, cuyo objetivo principal es darse a conocer, es necesario tener en cuenta que se trata de una empresa recién nacida en el sector de los eventos nupciales. Con esto queremos explicar que, al iniciar su actividad, no cuenta con un presupuesto ilimitado para conseguir los objetivos marcados e invertir en tácticas estratégicas sin ton ni son, sino que, más bien, tiene pequeñas sumas de dinero para gastar en la promoción de la empresa, aunque, desde luego, pensamos que la publicidad es un importante ítem a tener en cuenta para que todo este proyecto pueda salir adelante. De este modo, en una fase previa a la explicación de las acciones de comunicación que se van a llevar a cabo, será necesario dotar a la **comunicación interna** de la empresa de un peso lo suficientemente importante. Al ser una empresa constituida por dos amigas y socias, la problemática que en ocasiones se crea por haber un mal clima laboral no es algo que nos preocupe, puesto que hay confianza y seguridad en la relación de ambas. Será fundamental para conseguir las metas marcadas que haya siempre una muy buena y constante comunicación y para ello cada lunes a primera hora de la mañana habrá una reunión obligatoria en la que las dos socias deberán hablar sobre los eventos de la semana, los posibles problemas o las trabas en el camino, las novedades en las decisiones ya tomadas, etc. Además de esta primera reunión y de estar en continuo contacto todos los días, al final de la semana laboral, el viernes por la tarde, por ejemplo, se hará de nuevo otra reunión, de menor duración que la primera, para saber cómo ha ido el trabajo y qué hay que hacer la semana siguiente cuando se vuelva a trabajar tras el fin de semana.

Una vez hemos hablado de la importancia de la comunicación interna dentro de nuestra empresa, vamos a hablar sobre las acciones estratégicas de comunicación. Por un lado, empezaremos explicando todas aquellas que se tienen que llevar a cabo antes de que se empieza a realizar la actividad, es decir, aquellas que deben estar listas desde un principio (creación de página web, perfiles en redes sociales, etc.). Más tarde, hablaremos de todas aquellas

acciones que estén regidas por un timing determinado y que se llevarán a cabo con el paso del tiempo (eventos, publicidad exterior, etc.).

5.4 Acciones.

Página web corporativa:

Una de las tareas que debemos hacer antes de empezar a promocionarnos como empresa es crear una página web corporativa. Nuestra página en cuestión permitirá a cualquiera que entre en ella saber a qué se dedica nuestra empresa, quiénes la forman, qué servicios ofrece, número de contacto y dirección, además de enlazar directamente con las principales redes sociales de la empresa. También podrán encontrar una galería con las mejores fotos de nuestros clientes, siempre con su consentimiento, pero eso será más adelante, cuando ya hayamos realizado algún evento y podamos incluir en la página dichas fotografías. Pretendemos que esta página web sea un portafolio de los eventos que vamos realizando, para que los públicos de interés puedan ver cómo y de qué forma organizamos una boda, así como el resultado final y las impresiones de los novios, una vez haya finalizado todo.

Cada día se revisará la página por si hay que cambiar o subir nuevos contenidos. Por supuesto, todas aquellas acciones de comunicación que estemos llevando a cabo en un momento determinado se verán reflejadas tanto en la página web como en las distintas redes sociales. A continuación, mostramos fotografías de cómo sería nuestra página web:



Alumnas: Alba Merino, Paloma Montero
Tutora: Estela Bernad Monferrer

Home Quiénes somos Servicios **Galería** Contacto



Cuentanos

Si tienes cualquier duda, sugerencia o simplemente quieres saber más sobre **"Serena & Blair"**, escríbinos o llámanos. Nos encantará saber de tí.

Calle
Valencia, España

Tel: 692 486 591
657 834 911

[f](#) [t](#) [g+](#)

Nombre

Email

Asunto

Al ser una empresa de **servicios integrales**, proporcionamos absolutamente todo aquello que sea necesario para que el día del evento esté todo perfecto.



Nuestros servicios son:

- Invitaciones de la boda
- Decoración
- Floristería y joyería
- Espacios de celebración
- Traje y ramo de novia
- Maquillaje y peluquería
- Traje del novio
- Vehículo nupcial
- Servicio de catering
- Alojamiento de novios e invitados
- Animación, música
- Pastel y postres nupciales
- Pedida de mano
- Despedidas de solteros/as
- Viaje de casados
- Fotografía y vídeo
- Detalles invitados
- Asistencia y coordinación el día B



Home **Quiénes somos** Servicios Galería Contacto



Redes sociales:

Una de las formas más eficaces actualmente para promocionar algo es mediante el uso de las redes sociales. Vivimos en una sociedad que, según varios estudios realizados este último año, es prácticamente adicta a varias aplicaciones móviles y a muchas redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, etc. Por ello en parte, se ha convertido en algo indispensable contratar un Community Manager en prácticamente cualquier empresa para poder llegar a ser conocida por el público y no caer en el olvido.

En “Serena y Blair” las redes sociales tendrán un importante peso en lo que se refiere a la comunicación. Pensamos que nuestro público de interés se encuentra inmerso la mayoría del tiempo en Internet, por lo que es necesario tener una gran presencia en las principales plataformas sociales. Como consecuencia de ello, se ha decidido tener una cuenta en las siguientes redes sociales:

Facebook: es una de las redes sociales más utilizadas en la actualidad. Una parte muy reducida de la población no posee una cuenta en esta red social y la gran mayoría de aquellos que sí la tienen la consultan todos los días y en ocasiones más de una vez. Sería extraño tener presencia en Internet y no poseer un perfil o página en Facebook, así que desde el momento en el que se abra la página web de “Serena y Blair”, contaremos con una página en dicha red social. Se podrá acceder directamente desde la página web a esta nueva página, que será creada con el objetivo de informar al público de interés de todas aquellas novedades que tengan que ver con la empresa. Además, se subirán todos los días contenidos que tengan que ver con los eventos nupciales, como, por ejemplo, entrevistas a diseñadores de vestidos de novia, un post con aquellos lugares mejores valorados para celebrar un banquete, cómo ir y cómo no ir a una boda, etc. Deberán ser noticias y artículos que interesen a aquel público que nos siga. Además, ser constantes con la información que publiquemos y tratar temas creativos dentro de este sector nos ayudarán a ganar cada vez más lectores y visitas, lo que nos llevará a cumplir con el objetivo principal que es el de darnos a conocer.

Instagram: esta red social también es de las más utilizadas por el público al que nos dirigimos. Permite publicar fotografías instantáneamente y marcar aquellas que te gusten con un corazón, de forma que todas las que hayas marcado se guardan en una carpeta dentro de esta red. Nuestra cuenta tendrá contenidos nuevos todos los días, al igual que en todas las redes sociales que utilicemos. En este caso, publicaremos fotografías de nuestros clientes (de nuevo con su consentimiento), de los servicios que ofrecemos, como por ejemplo el pastel de bodas, el arco nupcial, la masía donde se celebre el banquete, etc. También mostraremos los pasos que seguimos para la organización de dicho evento: por ejemplo, cuando vamos a elegir con la novia su vestido, cuando vamos a comprobar que la decoración ha quedado perfecta antes de que empiece el banquete, etc.

En cuanto a lo que se refiere a “seguir” a personas, se llevará a cabo una pequeña investigación para conocer cuáles son las blogueras/os o las personas más seguidas que tengan que ver con el sector nupcial, por ejemplo, una Youtuber famosa que se vaya a casar, una bloguera que hable sobre zapatos de novia/o, etc. Pretendemos conseguir así que nos relacionen con estas personas y nos “siga” la mayor cantidad de gente posible que le interese este sector.

YouTube: Sería muy interesante poseer un perfil en esta plataforma puesto que es visitada todos los días por miles de millones de personas, al igual que Facebook. Prácticamente se ha profesionalizado el ser un “Youtuber”, es decir, dedicarse a trabajar subiendo videos y contenidos continuamente y se ha creado gracias a ello un verdadero fenómeno fan sobre determinados personajes, como Zoella, El Rubius, Yuya, etc. “Serena y Blair” pretende hacerse un hueco en este inmenso sitio web. ¿Cómo? Subiendo videos todas las semanas, concretamente los lunes y los viernes. Estos videos tratarán temas muy variados, pero siempre dentro del contexto en el que se mueva la empresa. Por ejemplo, entrevistas a diseñadores, consejos de una pareja de recién casados,

tutoriales de maquillaje y peinados para llevar el día de una boda, etc. Tenemos la convicción de que siendo constantes los días que nos hemos marcado y subiendo contenido que interese al público, podemos llegar a tener miles de suscriptores en uno o dos años.

Una vez señaladas las redes sociales y los sitios web donde va a promocionarse la empresa, es necesario tener en cuenta varios aspectos. El primero es que en todas ellas se van a emplear los colores y la tipografía corporativos de la empresa (blanco y negro) para diferenciarnos de la competencia y, sobre todo, para que se nos reconozca fácilmente una vez hayamos asentado la marca en el territorio valenciano. La segunda es que en las redes sociales que utilizamos siempre se va a hacer referencia a las otras plataformas sociales en las que se puede consultar nuestra información. Es decir, en Facebook hablaremos sobre la publicación de un nuevo video en YouTube, al mismo tiempo que en Instragram y en nuestra propia página web se hablará de lo que publicamos en Facebook, y así en cada una de ellas. Es importante que todo esté muy enlazado y que este tipo de información aparezca en la totalidad de nuestras páginas, ya que puede haber quien no conozca nuestro perfil en Instragram o cualquiera de las demás redes y se entere de que existe gracias a las otras que sí conoce. El tercer y último aspecto a tener en cuenta es que todos los contenidos que se suban a dichas plataformas web estarán enteramente producidos por las dos socias de la empresa, Alba y Paloma. Ellas se encargarán de todo el montaje, producción, edición, etc. de los vídeos, textos o fotografías que se suban, contando en ocasiones, si es necesario, con la ayuda de algún proveedor o servicio externo.

A continuación, explicaremos las acciones estratégicas específicas que se realizarán siguiendo un timing determinado una vez se haya creado la página web y los perfiles en las redes sociales que acabamos de nombrar. Con ellas pretendemos alcanzar los objetivos previamente planificados y que sirvan como propuestas útiles para dar a conocer “Serena y Blair”. Para ello, seguiremos el

hilo conductor del que hemos hablado con anterioridad, el referido al eje de comunicación y al concepto creativo “¿Quieres casarte conmigo?”.

Acciones en Redes Sociales:

Facebook: La primera acción que llevaremos a cabo en esta red social será la siguiente: continuando con el concepto creativo de “¿Quieres casarte conmigo?”, propondremos a nuestros seguidores que nos cuenten cómo pidieron a sus enamorados su mano, en qué lugar, en qué momento, etc. De esta forma, tendríamos la oportunidad de conocer los gustos de nuestro público y posibles maneras de pedir la mano de alguien que nosotras no hayamos visto jamás. Es una forma divertida y dinámica de seguir el hilo conductor con el que lanzamos nuestra empresa. Un ejemplo del tipo de comentarios que esperamos en esta red sería el siguiente:

“Le pedí a mi ahora esposa que se casara conmigo en una casita rural que alquilé expresamente para ello, al lado de una chimenea y después de haber cenado los mejores platos que yo mismo cociné”

Comentaremos cada comentario que se publique en nuestro perfil para dar feedback a los valientes que se han atrevido a contar su íntima experiencia, y al mismo tiempo aportaremos algún dato curioso o consejos, como por ejemplo, contestando el ejemplo anterior:

“¡Qué romántico! Muchas mujeres opinan que la mejor forma de llegar a su corazón no es avasallándolas con joyas, cenas caras, etc. sino con simples detalles como que su chico preparé la cena o la lleve a algún sitio a pasar el fin de semana. ¡Bien hecho!”

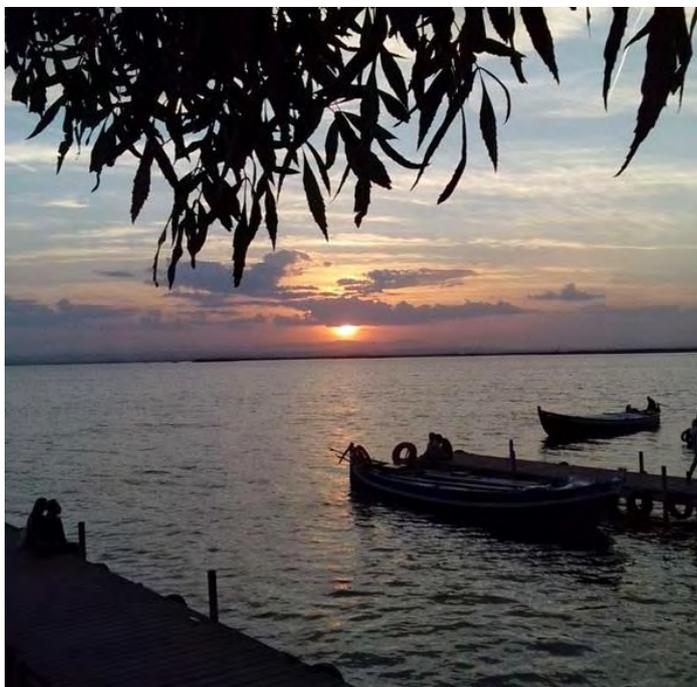
Instagram: La acción que desarrollaremos en esta red será muy parecida a la que se realizará en Facebook, dado que las dos redes sociales y la página web tienen que ir a la par para que todo el contenido tenga la coherencia necesaria. Propondremos a nuestros seguidores

que suban fotografías donde aparezcan los lugares perfectos donde cada uno le haría la gran pregunta a su pareja. Por ejemplo:

“En lo alto de aquella cima”



“Con esta puesta de sol, subidos a una barca en la Albufera de Valencia”



Las fotos se publicarían acompañadas por el hashtag *#¿quierescasarteconmigo?* y pediríamos que nos nombrase para poder

darles una contestación y un “like” a cada foto que se suba. A todos aquellos que participen en esta acción se les planteará la posibilidad de exhibir sus fotos el día del evento de inauguración para que las mejores fotos que seleccionemos puedan ser vistas por todo aquel que vaya al evento. Incluso es probable que si las mostramos como una pequeña exposición en dicho evento, los asistentes se animen y participen también en esta acción.

Promoción en ferias: dado que la gran mayoría de las empresas que trabajan en este sector acuden anualmente a las ferias relacionados con las bodas, “Serena y Blair” ni puede ni debe ser menos. Se plantea conseguir varios objetivos con esta acción: el primero y más importante es el de dar a conocer la empresa a todas aquellas personas que asistan a la feria; el segundo es que se nos plantea una gran oportunidad para conocer a nuestra competencia, qué servicios ofrece, qué novedades hay y qué tendencias se están desarrollando; el tercer, y también muy importante, es el ser capaz de ver cómo trabajan otras empresas, centrándonos en uno de nuestros públicos, los proveedores. Gracias a estos acontecimientos, miles de empresas despliegan sus mejores productos/servicios ante todo aquel que pase por su stand. Así, tenemos la oportunidad de ponernos en contacto cara a cara con aquellas empresas que nos puedan ser útiles en el futuro para la organización de nuestros eventos y mantener una conversación que nos permita intercambiar información, sugerencias, consejos, etc.

La feria más cercana a la apertura de nuestra empresa sería “*Fiesta y boda*”, que se celebrará del 6 al 8 de noviembre en Valencia, donde podríamos poner en práctica esta primera acción. Abriremos un stand que incorporará los colores corporativos, con nuestro logo y nombre de la empresa a gran escala, para que se vea claro y con facilidad. Colocaremos un panel central de grandes dimensiones, en el que estará escrita simplemente la pregunta “¿*Quieres casarte conmigo?*” y en el que aquellas personas que estén interesadas podrán hacerse una fotografía graciosa simulando una pedida de mano real.

Informaremos a aquellas personas que se hagan estas fotografías que, subiéndolas a una de nuestras redes sociales (Facebook o Instagram) y añadiendo el hashtag **#yomecasoconS&B**, entrarán en el concurso de un lote de regalos de la marca “Serena y Blair”, que incluirá varios productos de merchandising de la empresa, además de dos copas de champagne con el logo de la empresa y una botella de *Moët Chandon*. Al finalizar la feria, se publicará en todas las redes sociales y la página web las tres personas que han ganado este fantástico lote.



Promoción en páginas web especializadas: otro tipo de promoción muy efectivo es el que se realiza en las páginas web de bodas más visitadas por las parejas españolas. Son un referente a la hora de buscar cualquier aspecto que tenga que ver con este tipo de eventos, ya que poseen un enorme base de datos donde se puede consultar todo tipo de datos y archivos. Las páginas en las que “Serena y Blair” podría promocionarse son “bodas.net” (<http://www.bodas.net/>) y “bodaclick” (<http://www.bodaclick.com/>). Ambas permiten que tanto las empresas de proveedores como las de organización de eventos se registren gratuitamente y actualicen sus contenidos de la misma forma. Con esta acción conseguimos formar parte de la gran red de empresas que ya están registradas en ellas y al mismo tiempo crear la posibilidad de una mayor visualización por parte de aquellas personas que busquen en estas páginas, que son la gran mayoría parte de nuestro público de interés.

Promoción a través de nuestros proveedores: como algo secundario, pero también necesario, queremos crear una relación de plena confianza con nuestros proveedores, al igual que con nuestros clientes. Una vez hayamos elegido aquellas empresas que contrataremos cada vez que organicemos un evento, mantendremos una relación continua, tanto mientras se está realizando el trabajo como en cualquier otro momento. De esta forma, pretendemos que nuestros proveedores sean capaces de recomendarnos a cualquiera que esté dentro de nuestro público objetivo y que requiera sus servicios, de la misma forma que nuestra empresa requerirá de sus servicios en las ocasiones que haga falta. Para que puedan proporcionar algún producto concreto nuestro y que no sea sólo una recomendación boca a boca (las palabras se las lleva el viento), les enviaremos periódicamente productos de merchandising de nuestra empresa, con los datos y la dirección de nuestra página web para facilitar su búsqueda, como por ejemplo, tarjetas, bolígrafos, etc.

Evento de inauguración:

Un mes después de haber abierto oficialmente la oficina de “Serena y Blair” en la calle *General Urrutia*, se celebrará un evento de inauguración en dicha sede. Para continuar con el concepto creativo “¿*Quieres casarte conmigo?*” en el que se basará toda la campaña de lanzamiento, toda la decoración de la fiesta será como la de una boda de ensueño. El día del evento lo determinaremos una vez tengamos la confirmación de todas las invitadas especiales, pero la hora aproximada será desde las 6 hasta las 12 de la noche.

¿Cómo promocionaremos el evento?

A través de nuestras redes sociales y de nuestra página web varios meses antes de la celebración. Actualizaremos diariamente el tiempo que falta para la “gran boda” como si de una cuenta atrás se tratase, al igual que hacen muchas parejas cuando esperan la llegada de su gran día en la vida real. Publicaremos varios post en los que explicaremos, por ejemplo, cómo hay que ir vestido y

cómo no hay que ir vestido, qué sorpresas van a encontrarse en la fiesta, día, fecha y hora de la celebración, quiénes van a asistir al evento, etc.

¿Quiénes asistirán al evento?

Nos pondremos en contacto con varias blogueras/os y Youtubers que tengan un reconocimiento elevado y que estén relacionados con los eventos nupciales para que asistan al evento y comenten a tiempo real cuáles son sus impresiones sobre el mismo y promocionen de así a “Serena & Blair” de forma positiva . Hemos escogido para ello a tres blogueras: las dos chicas encargadas del blog “Las bodas de Tatín” y a Cristina de “Querida Valentina”; también nos pondremos en contacto con las Youtubers Marta Riumbau e Isabel Sanz, las cuales van a casarse dentro de poco tiempo. Esperamos que con la asistencia de estas mujeres se sumen muchas visitas al evento, que será completamente gratuito.

Además de estas invitadas especiales, podrá asistir al evento cualquiera que esté interesado en él y se inscriba de forma gratuita en la lista de invitados que pondremos en la página web o en las distintas redes sociales. Con esto lo que conseguimos es saber cuánta gente va a asistir antes de que éste acontezca y así acordar una cantidad u otra de los servicios que necesitamos para el evento.

¿Qué podrán encontrar en el evento?

Además de la increíble presencia de las invitadas especiales, la celebración transcurrirá con varias sorpresas, a medida que ésta vaya llegando a su fin.

Lo principal y más destacable, que ya hemos mencionado anteriormente, es que todo estará decorado como si de una boda se tratase: habrá un catering con varios tipos de comida (japonesa, mediterránea e italiana), el cual estará situado en la sala principal de la oficina y estará en continuo funcionamiento durante toda la velada. Es decir, si se acaba la comida, se renovará una y otra vez; también podremos disfrutar de música en vivo durante toda la celebración, de la mano de varios artistas y dj's que nos deleitarán con sus sesiones a lo largo de la fiesta; por si fuera poco, a mitad de celebración, un grupo de

bailarines nos harán disfrutar de un agradable rato con sus movimientos y coreografías, que irán desde ritmos más pausados hasta hacer que todos los allí presentes se muevan al compás de la música; además de comer, los invitados podrán servirse todo tipo de bebidas y refrescos e incluso dos horas antes de que la fiesta acabe habrá un espectáculo de cócteles y se servirán bebidas tales como el Cosmopolitan, Cold River Shiver, Martinis, toda clase de vinos, etc.; otra razón para no perderse esta fiesta es que algunos diseñadores valencianos vendrán a exponer los vestidos de novia más glamurosos que han creado, como por ejemplo, el diseñador Valerio Luna; para finalizar la fiesta, se servirá una tarta nupcial con el logo y nombre de la empresa “Serena y Blair” y se repartirá un trozo a todos los invitados, para que se vayan con un dulce sabor de boca.

Durante todo el evento, se repartirá merchandising a todos los asistentes, que constará de una cajita de terciopelo en la que en su interior llevará inscrito el nombre de la empresa, además de una copa de champagne con nuestro logo, tarjetas de contacto, un bolígrafo con el logo de la empresa y todo ello estará en el interior de una bolsa negra cuya asa simulará un anillo de pedida en color oro.

Durante toda la celebración habrá una fotógrafa y un photocall donde todos los invitados podrán hacerse una foto y subirla a sus redes sociales.

¿Cómo vamos a hacer posible este evento?

Para la financiación de este evento vamos a llegar a un acuerdo con todos los proveedores que vayan a participar en él. El objetivo de hacer esto es que todas aquellas empresas con las que nosotros hemos trabajado o vamos a trabajar tengan la oportunidad de mostrar sus productos y servicios al público que vaya a asistir al evento. De esta forma, nos resulta beneficioso para “Serena & Blair” puesto que el importe económico en muchos casos correrá a cargo del propio proveedor, como por ejemplo en el caso del catering, la decoración floral, el photocall, los vestidos de novia o la tarta nupcial y en otros, como la música, el espectáculo de cócteles o el merchandising, nos harán un descuento significativo del precio que realmente costaría.

¿Qué repercusión se espera que tenga?

Gracias a las invitadas especiales, esperamos que se conozca el evento tanto antes como después de haberse celebrado. Firmaremos un contrato con ellas para que tanto en los blogs como en los videos de YouTube se haga una referencia directa al evento, tanto antes de celebrarse para animar a sus lectoras y seguidoras a que asistan, como para hablar de qué les ha parecido una vez se haya celebrado. Por otro lado, haremos un balance de la fiesta en todas nuestras redes sociales, subiremos varias publicaciones que expliquen cómo lo hicimos, algunas preguntas con las opiniones de las personas que asistieron y muchas otras cosas.

Road Book:

Número de invitados: indefinido

Lugar: Oficinas “Serena y Blair”, Calle General Urrutia.

Fecha: por determinar, aprox. primera semana de octubre de 2015

Apertura de puertas: 18:00 horas

Final de la fiesta: 00:00 horas

Cronograma del evento:

18:00H: Dará comienzo el evento. Se abrirán las puertas de la oficina para que cualquier invitado pueda ir entrando. Las dos socias de la empresa, Alba y Paloma estarán en la entrada para dar la bienvenida a todos los invitados y presentarse. Se ofrecerá un servicios de guardarropía que estará custodiado y dirigido por una azafata. Al adentrarse en la habitación principal donde estarán colocadas las atracciones principales del evento, se ofrecerá a los invitados una copa de champagne, que siempre llevará el logo de “Serena y Blair”. Desde la apertura de puertas contaremos con estos servicios: primera tanda de catering, que servirá dulces de toda clase; copas de champagne y refrescos de todo tipo; los vestidos de novia colocados en sus maniqués para ser admirados; photocall colocado estratégicamente junto al arco nupcial; fotógrafos y cámaras; música en vivo, en concreto, pareja de violines.

19:00H: Se seguirá recibiendo a los invitados por parte de las dos socias al igual que la hora anterior. Cambiará la música de los violines por un concierto de piano. En cuanto a la comida, se retirarán los dulces para dar paso a un tentempié salado. A partir de esta hora, el diseñador de los vestidos expuestos, Valerio Luna, llegará a la fiesta y responderá a las preguntas que tenga el público allí asistente sobre sus diseños. Al mismo tiempo los presentará y hablará de ellos con más detalle.

20:00H: A partir de esta hora, las dos socias de la empresa ya no estarán dando la bienvenida en la entrada, sino que pasarán a ocupar la sala y relacionarse con los allí presentes de forma cortés y amable, siempre intentando crear buenas impresiones y promocionando la empresa y a sus proveedores. A partir de esta hora, las invitadas especiales llegarán y se colocarán durante media hora en el photocall para hacerse fotos con las invitadas. Cambiará de nuevo la comida y se servirán todo tipo de entrantes italianos (pizzas, queso, fiambres, etc.). La música que sonará a partir de este momento será con temática “remember”, es decir, clásicos de los 70, 80 y 90.

21:00H: socias, invitadas especiales y demás personas que estén a esta hora compartirán gustos, deseos, impresiones, sugerencias, etc. sobre el sector nupcial, de manera informal y sin abrir debates ni turnos de palabras. La comida cambiará de nuevo, para ser sustituida por entrantes y platos típicos de la comida mediterránea (jamón ibérico, verduras variadas, frutos secos, tortillas, etc.). La música seguirá siendo la misma.

22:00H: Comenzará el espectáculo de cócteles. La música será de temática actual, perfecta para incitar a los presentes a bailar y la pinchará por un dj que formará parte de nuestros proveedores.

22:30H: Tendrá lugar un pequeño espectáculo de baile en el centro de la sala principal, en el que varios bailarines se moverán al ritmo de música hip hop, dance, R&B, Funky, etc. Seguirán sirviéndose todo tipo de bebidas además de los cócteles de todo tipo.

23:00H: Las socias presentarán la empresa brevemente y darán las gracias a todos aquellos que han asistido a la fiesta. La comida que se servirá en el último tramo de la fiesta será japonesa. Se servirá la tarta nupcial con una

vela, que soplarán las dos socias delante de todos los invitados como si del cumpleaños de la empresa se tratase. Se servirá una ración todos aquellos que quieran.

00:00H: Final de la fiesta.

Evento conmemorativo:

En caso de que nuestra empresa haya tenido éxito laboral y haya conseguido unos ingresos haciendo varios eventos, cuando se cumpla el año de vida de la empresa, es decir, en septiembre de 2016, organizaremos un evento de puertas abiertas en nuestras oficinas, al que podrán asistir todos nuestros clientes y cualquiera que esté interesado. Se promocionará por medio de nuestras redes sociales y página web. No habrá lista de invitados puesto que podrá asistir quien quiera.

Tendrá una duración de 9 horas, es decir, se abrirán las puertas a las 12:00 horas de la mañana y se cerrarán a las 21:00 horas de la noche. En él se servirá un catering y bebidas durante todo el día. Estará amenizado durante todo la jornada por música de varios estilos y se podrán observar las mejores fotografías de las bodas que hayamos realizado hasta ese momento, que esperamos que sean un mínimo de 3 o 4, siempre con el consentimiento previo de los novios.

Es necesario enfatizar en que este evento sólo tendrá lugar dependiendo de cómo hayan ido los ingresos durante todo el año, ya que no podremos llevarlo a cabo si no tenemos un presupuesto suficiente como para hacer una fiesta de conmemoración donde la calidad y la elegancia, valores que siempre deberán impregnar todas las acciones que desarrollemos, estén presentes.

5.5 Timming

ACCIONES	AÑO 2015	AÑO 2016
Creación Página Web	Del 1 al 20 de septiembre	

Creación perfiles en redes sociales	Del 20 al 30 de septiembre	
Promoción a través de proveedores	Del 15 de septiembre al 1 de octubre.	
Acción redes sociales: Facebook	Del 1 al 7 de octubre	
Acción Redes Sociales: Instragram #¿quierescasarteconmigo?	Del 1 al 15 de octubre	
Evento de inauguración	Primera semana de octubre (entre el 1 al 7)	
Promoción en “Fiesta y boda”	Del 6 al 8 de noviembre	
Acción Instragram #yomecasoconS&B	Del 6 al 8 de noviembre	
Promoción en “bodas.net” y “bodaclick”		Del 1 al 30 de enero
Evento conmemorativo		Primera semana de septiembre (entre el 1 al 7)

5.6 Presupuesto.

Como ya hemos comentado brevemente en la explicación del evento de inauguración, la mayoría de servicios y productos que utilizaremos en él serán gratuitos ya que llegaremos a un acuerdo con los proveedores. De esta forma, el presupuesto del evento se limitará únicamente a descuentos en algunos servicios como veremos a continuación de forma más clara.

ACCIONES	PRECIO	OBSERVACIONES	TOTAL
Creación de Página	400€ por		400€

web	creación de web.		
Creación de perfiles en Redes Sociales	Gratuito	Creación propia	0€
Tarjetas para promoción con proveedores	0,04€ unidad	1000 unidades	45,83€
Acciones en Redes sociales	Gratuito	Creación propia	0€
Photocall “Fiesta y boda”	280€	3x3 metros	280€
3 botellas de Moët Chandon	31,90€ unidad	Lavinia	95,70€
3 Cestas	6,99€ unidad	IKEA	20,97€
3 Copa de champagne con logotipo	0,89€ unidad	IKEA	2,67€
3 Bolígrafos con logotipo	1,10€ unidad	De aluminio	3,30€
Promoción en páginas web especializadas	Gratuito		0€
Asistencia al evento de “Las bodas de Tatín”	150€ por cada una	Mención en blog + asistencia al evento.	300€
Asistencia al evento de “Querida Valentina”	150€	Mención en blog + asistencia al evento.	150€
Asistencia al evento de Marta Riumbau	300€	Mención en sus vídeos/RRSS + asistencia al evento.	300€
Asistencia al evento	150€	Mención en sus	150€

de Isabel Sanz		vídeos/RRSS + asistencia al evento.	
Catering Decoración floral Photocall y fotógrafa Vestidos de novia Tarta nupcial Merchandising	Gratuito	Acuerdo con proveedores.	0€
Azafata	8€ por hora	8 horas de trabajo	64€
Concierto violines	100€	2 horas de trabajo	100€
Concierto piano	90€	1 hora de trabajo	90€
DJ's	150€	4 horas de trabajo	150€
Espectáculo cócteles	120€	Coctelería acrobática	120€
Espectáculo bailarines	180€	Show Dance Studio 4 bailarines	180€
Evento conmemorativo	Por determinar	Por determinar	0
		TOTAL	2.452,47€

6. Plan de viabilidad.

6.1 Plan de inversiones

Tras una larga búsqueda de locales donde emprender nuestro negocio, hemos encontrado uno que se adecua perfectamente a nuestras necesidades y se acopla a la perfección con el estilo que buscábamos. Además, la situación de dicho local, en pleno centro de Valencia, más concretamente en la calle General Urrutia, nos permite tener una localización perfecta, tanto para nuestra comodidad como para los clientes.