

Mamá Madejas: estrategia de *Social Media Marketing* para potenciar el crecimiento de la marca

Índice

1. Introducción
 - 1.1. Situación y antecedentes
 - 1.1.1. Historia de la marca
 - 1.1.2. Misión, visión y valores
 - 1.2. Objetivos SMART
2. Análisis
 - 2.1. Análisis externo
 - 2.1.1. Tendencias de mercado internacional
 - 2.1.2. Tendencias del mercado nacional
 - 2.1.3. Análisis PESTEL/SWOT/tendencias de la industria de la moda infantil
 - 2.2. Análisis de la competencia
 - 2.2.1. Competencia directa (otras tiendas de ropa infantil)
 - 2.2.2. Competencia indirecta (grandes cadenas y *e-commerce* general)
 - 2.2.3. Benchmarking en redes sociales
 - 2.3. Análisis interno
 - 2.3.1. Características del producto: diseño y calidad de la ropa de bebé
 - 2.3.2. Fabricación y distribución
 - 2.3.3. Análisis de las herramientas de comunicación digital actuales de Mamá Madejas
 - 2.4. USP (*Unique Selling Proposition*)
 - 2.5. Business Model Canvas de Mamá Madejas
3. Público Objetivo
 - 3.1. Segmentación del mercado
 - 3.2. *Buyer Persona*
 - 3.3. Mapa de empatía
 - 3.4. *Customer Journey Map*

4. Plan de Acción

4.1. Introducción al plan de acción

4.2. Objetivo 1: Mejorar la presencia de Mamá Madejas en redes sociales

4.2.1. Acción 1: Creación de contenido de valor para Facebook e Instagram

4.2.2. Acción 2: Colaboraciones con *micro-influencers* del nicho de maternidad

4.3. Objetivo 2: Incrementar la interacción y *engagement* en redes sociales

4.3.1. Acción 1: Implementación de estrategias de atención al cliente digital

4.3.2. Acción 2: Campañas de promoción en fechas clave

5. Presupuestos

6. Calendario de implantación

7. Plan de contingencia

7.1. Identificación de riesgos

7.2. Estrategias de mitigación

8. Conclusiones

8.1. Resultados esperados

8.2. Valor del marketing digital para pequeñas empresas como Mamá Madejas

9. Bibliografía

10. Anexos

11.1. Ejemplos de publicaciones en redes sociales

11.2. Gráficos de análisis de resultados

11.3. Material complementario de investigación

Fuentes que van a ser utilizadas: resultados financieros y de ventas, métricas de redes sociales, entrevistas y encuestas a empleados y clientes, artículos sobre *social media marketing*