

## LA CONFECCIÓN DEL COMPROMISO



Irene Ramírez Camazón

Curso de Adaptación al Grado de Dirección y Administración de Empresas 2012-2013



**universidad  
de león**

**Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales**

**Grado en Administración y Dirección de Empresas**

**Curso 2012-1013**

**LA CONFECCIÓN DEL COMPROMISO  
(MAKING THE ENGAGEMENT)**

**Realizado por Dña. Irene Ramírez Camazón**

**Tutelado por la profesora M<sup>a</sup> Aránzazu Sulé Alonso**

**León, Julio de 2013**

## **AGRADECIMIENTOS**

Cuando comenzó el curso no podía imaginar lo que supondría para mí este nuevo reto, trabajar y estudiar a la vez ha sido un gran esfuerzo que ha merecido la pena.

Durante este año he aprendido, convivido, trabajado, conocido a gente estupenda y sobretodo he aprovechado la experiencia de vivir en León que es algo que jamás olvidaré.

En primer lugar, quiero agradecer a M<sup>a</sup> Aránzazu Sulé Alonso la confianza depositada en mí para realizar este proyecto, cuando vi el tema de Engagement Marketing me despertó una curiosidad ansiosa de saber más. Apenas había cursado asignaturas de marketing pero siempre me había gustado y llevar a cabo este trabajo de investigación era un reto que estaba dispuesta a superar.

A mis colaboradoras, la maquilladora profesional Natalia Belda y Alicia Gómez, joven emprendedora española, por haberme querido ayudar a indagar en su trabajo, en su mundo, hacerme las cosas más fáciles y mostrarse siempre tan cercanas.

Quiero agradecer también a Beatriz Camazón Izquierdo todo el apoyo, ayuda y buenos momentos que me ha hecho pasar, sin ella nada de lo que hoy soy hubiese sido posible.

Por supuesto a mis padres que siempre han creído en mí y me han apoyado en todo lo que me he propuesto. A Esther Alonso por haber convivido conmigo y convertirse en una buena amiga y por último a Álvaro Pérez Pérez, por todo.

## **RESUMEN DEL TRABAJO**

El Engagement Marketing es una herramienta que se utiliza para conseguir enganchar y fidelizar a los clientes haciéndoles partícipes de la marca. Consiguiendo que se sientan identificados, y así lograr la confianza con el producto alargando su compromiso en el largo plazo.

En este trabajo investigamos cómo el Marketing de Compromiso poco a poco se ha ido posicionando en diferentes empresas españolas y formatos, y cómo cada vez más los clientes han dejado de ser meros espectadores y han pasado a ser parte activa de las marcas.

Finalmente nos hemos enganchado del mundo de la moda al analizar cómo a través de los blogs, los consumidores llegan a comprometerse y participar con las firmas de moda más conocidas a través del feedback obtenido en los post, llegando incluso a formar parte del proceso del diseño de algunos productos mediante su customización.

Ahora la moda no es sólo cosa de diseñadores y profesionales del marketing, sino que el consumidor se ha convertido en pieza clave a través del diálogo entre cliente y firma para desarrollar nuevas tendencias porque “la mode se démode, le style jamais”.

## **ABSTRACT**

The Engagement Marketing is a tool that is used to get engage and retain customers brand involving them. Getting that they can identify, and achieve confidence with the product extending its long-term commitment.

We investigated how Engagement Marketing gradually has been moving in different Spanish companies and formats, and how more and more customers are no longer mere spectators and have become an active part of the marks.

Finally we caught the fashion world to analyze how through blogs, consumers come to engage and participate with the best known fashion brands through feedback obtained in the post, even to be part of the design process some products through its customization.

Now fashion is not only thing designers and marketing professionals, but consumers have become key through dialogue between client and firm to develop new trends because “la mode se démode, le style jamais”.

## **VISTO BUENO DEL TUTOR DEL TRABAJO FIN DE GRADO**

La profesora Dña. M<sup>a</sup> Aránzazu Sulé Alonso, en su calidad de Tutor del Trabajo Fin de Grado titulado “La Confección del Compromiso”, realizado por Dña. Irene Ramírez Camazón, en el Grado Universitario en Administración y Dirección de Empresas, informa favorablemente el mismo, dado que reúne las condiciones necesarias para su defensa.

Lo que firmo, para dar cumplimiento al art. 12.3. del RD 1393/2007, de 29 de octubre.

En León, a 9 de Julio de 2013

VºBº

Fdo.:

## INDICE GENERAL

<b>1. De la interrupción al compromiso</b> .....	1
<b>2. Objetivos del arte de comprometer</b> .....	2
<b>3. Metodología y fuentes de información</b> .....	5
3.1. Información secundaria.....	6
3.2. Información primaria.....	6
<b>4. Hilvanando el marketing de compromiso</b> .....	7
4.1. Marketing 3.0.....	8
4.2. Marketing Experiencial.....	11
4.2.1 Le pain le Quotidien.....	13
4.3. Marketing Emocional.....	14
4.3.1. Mecanismos de un programa emocional.....	16
4.3.2. Puntadas básicas para enganchar.....	16
<b>5. Diseñando el Engagement Marketing</b> .....	18
5.1. Ciclo del Marketing de Compromiso.....	19
5.1.1. ¿Qué es el compromiso?.....	20
5.1.2. Entregar una experiencia Wow!.....	21
5.1.3. Atraer a los clientes para mantener el contacto.....	23
Ejemplo Gourmet Coffe Service	
5.1.4. Involucrar a personas es comprometer.....	23
<b>6. Comunidades con los clientes</b> .....	25
6.1. Bankinter Labs.....	25
6.2. Quirky.....	28

<b>7. Nuestra nueva comunidad</b> .....	30
7.1. ¿Qué hilos hay que mover para fomentar una comunidad on line?.....	31
7.2. Engagement en las redes sociales.....	32
Ejemplo Youpping	
7.2.1. Nos comprometemos también desde Facebook.....	34
Ejemplo de Buddy Cup	
7.2.2. Enganchados desde Twitter.....	36
Ejemplo RexonaMen Racing	
<b>8. Internet nuestra alianza on line</b> .....	39
8.1. La confianza es el primer secreto del éxito.....	40
8.2. Hay que comprometerse para crecer.....	41
8.3. Descubra el poder de su opinión.....	42
<b>9. Nos declaramos en los Blogs</b> .....	45
<b>10. El sector de la moda en España</b> .....	48
10.1 El marketing y la moda.....	49
10.2 Funciones del marketing en el mundo de la moda.....	50
10.2.1 Los complementos actuales del marketing de la moda....	51
10.3. Los caprichos de la moda.....	53
10.3.1. Eres como vistes.....	54
10.3.2. El brillo de la moda.....	56
10.3.3. Ila Bogo.....	62
10.4 El blog de Carmen Valverde.....	69
<b>11. La tecnología aliada del compromiso</b> .....	72
<b>12. Los actores de la moda</b> .....	73

12.1 Magia en video para estar guapa.....	75
<b>13. Soportes de moda on line.....</b>	<b>80</b>
<b>14. Actitudes de compra.....</b>	<b>82</b>
<b>15. Pactando con la moda.....</b>	<b>84</b>
<b>16. Bibliografía.....</b>	<b>86</b>

## **ANEXO I: E- MAILS**

## **ANEXO II: ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD**

### **INDICE DE GRÁFICOS**

Cuadro 1.1. DAFO del macro entorno tecnológico publicitario actual	2
Cuadro 4.2. Andando hacia el compromiso	12
Cuadro 5.1. Experiencia, atraer y comprometer	20
Cuadro 6.1. Llevar tus ideas a la vida	29
Cuadro 7.1. Top de Engagement en Twitter	37
Figura 10.1. Pirámide de Maslow	53
Figura 10.2. CV de la moda	55
Gráfico 10.3. Fidelidad de la moda	56
Figura 12.1. Nueva tendencia “Eyeline azul para tus ojos”	79
Figura 13.1. Atención al cliente en Shop on line Mango	81
Figura 13.2. Cesta de la compra en Shop on line Zara	82



## **ANEXO EMAILS**

### **ILA BOGO**

**Irene Ramírez – ireneramirezcamazon@gmail.com - 7 mayo 2013**

Hola chicas, soy Irene Ramírez he conocido vuestro proyecto a través del blog Hadas y Cuscús y me habéis sorprendido gratamente, vuestros diseños son una monada y os estaréis pensando que por qué os escribo, pues bien, soy estudiante de ADE por la Universidad de León y estoy realizando mi proyecto de fin de carrera sobre cómo las marcas enganchan a sus clientes haciéndoles partícipes de sus ideas y sois un ejemplo clarísimo, gracias a las bogotinas y a los concursos que hacéis a través de Facebook estáis fomentando lo que se llama Engagement Marketing y eso es exactamente lo que pretendo desarrollar en mi proyecto, como hoy en día la moda está interesada en el cliente hasta tal punto que ellos mismos pueden diseñar y customizar las prendas y cómo las firmas de ropa piden la opinión de sus consumidores a través de las redes sociales y los blogs.

Me encantaría poder incluir vuestras propuestas en mi trabajo y que me concedieseis una entrevista sobre cómo se os ocurrió la idea del marketing de compromiso y cómo la habéis desarrollado.

Espero noticias vuestras

Un saludo y enhorabuena por vuestro trabajo, es buenísimo!! :)

**Alicia Gómez - info@ilabogo.com – 7 mayo 2013**

Hola Irene

Muchísimas gracias por tus palabras!!!

Se agradecen después del esfuerzo de crear nuestro pequeño proyecto...

La verdad es que nos encantaría que utilices nuestro proyecto para tu trabajo, y por supuesto ningún problema en que nos hagas la entrevista. Estaremos encantadas de ayudarte!!!

Quién sabe, igual después nos puedes ayudar a lanzar la misma idea en Francia, que es lo que ahora mismo estamos trabajando.

Te dejo mi correo directo [agomez@ilabogo.com](mailto:agomez@ilabogo.com) y el teléfono 6\*\* \*\*\* \*\*\*.  
Soy Alicia.

Ya me indicarás lo que necesitas. Un saludo, Alicia

**Irene Ramírez – 7 mayo 2013**

Muchísimas gracias a ti :) guardo tus datos y me pondré en contacto contigo en cuanto me reorganice para encuadrar dentro del proyecto tu experiencia.  
Si puedo ayudaros en cualquier cosa estaré encantada!

Gracias. Mua!

Irene

**Irene Ramírez – 1 junio 2013**

Hola Alicia

Soy Irene hablamos hace unas semanas y os comenté que estoy haciendo un proyecto sobre el marketing de compromiso.

Vuestra idea de las bogotinas es un ejemplo estupendo y ya que os conocí a través del blog Hadas y Cuscús la entrevista que os sugerí sería relacionada con este tipo de marketing.

¿Cuándo me podría poner en contacto con vosotras para haceros unas preguntas sobre el tema?

Tu teléfono lo tengo, dime cuando te viene mejor que te llame o si prefieres que te escriba por email. Muchas gracias

Un saludo

mua

**Alicia Gómez – 25 Junio 2013**

Hola Irene. Si te parece bien el lunes día 1 de Julio a las 14:00 sería una buena hora para mí. Gracias. Alicia

## **BLOG DE NATALIA BELDA**

Irene Ramírez – [ireneramirezcamazon@gmail.com](mailto:ireneramirezcamazon@gmail.com) - 24 abril 2013

Buenos días Natalia

Soy Irene Ramírez, amiga de Mirta Rojo (fotógrafa de SModa) hace un mes la comenté que estaba haciendo un trabajo de investigación sobre los blogs.

Lo primero gracias por acceder, dedicarme tu tiempo y facilitarme las cosas cuando tuve la idea, no pensé que una entrevista con una bloguera fuese posible así que, te lo agradezco enormemente.

El proyecto lleva como título el Marketing de Compromiso, es esta nueva rama que las firmas utilizan para interactuar con sus clientes y tener más en cuenta sus opiniones, en este caso las blogueras sois el intermediario entre las marcas, la revista y el consumidor por lo que la entrevista consistirá en saber tu opinión, tu objetivo con el blog, tus impresiones... también sería interesante comparar su forma de ver el blog con la de alguien del departamento de marketing no sé si será posible contactar con ellos.

Aún estoy en la fase teórica de la investigación por lo que si te parece bien aplazamos un poco más la entrevista. Mirta me facilitó tanto tu correo como su número de teléfono, me imagino que estarás a tope de trabajo, así que espero noticias tuyas.

De nuevo muchísimas gracias por aceptar y enhorabuena por tu trabajo.

Un saludo

Irene Ramírez Camazón

(Estudiante de ADE, Universidad de León)

**Natalia Belda – maquilladora profesional – bloguera de Smoda – 24 abril 2013**

Hola Irene, faltaría más, gracias a ti!

Lo único que por tu idea de lo que quieres no se sí voy a ser de gran ayuda porque realmente yo no soy bloguera, soy Maquilladora profesional que tiene un blog y por eso

no tengo tanta unión con las marcas en lo que te refieres. Pero si te puedo ayudar en algo cuenta con ello.

Muaa

**Irene Ramírez – 24 abril 2013**

Genial!! Intentaré enlazarlo de la mejor manera posible para incluirlo, me he puesto en contacto con el departamento de marketing de la revista a ver si me pueden facilitar algo de información sobre el proceso y apoyo que depositan en el blog.

De todas formas mil gracias!! Así da gusto :)

muaa!!

**Irene Ramírez – 20 Junio 2013**

Hola Natalia, que tal??

Soy Irene, hablamos hace un tiempo sobre una entrevista para mi proyecto de fin de carrera sobre tu blog. ¿Cuándo te viene mejor que te llame o te mande las preguntas?

Ya siento no haberme puesto en contacto contigo antes, pero entre los exámenes y todo me ha pillado el toro con el proyecto jaja.

Espero noticias tuyas.

mua mua

**Natalia Belda – 20 junio 2013**

Hola Irene, tranqui!!

Te dejo mi número y llámame cuando quieras!! 6\*\* \*\* \*\* \*\* Muaaaa

## **ANEXO GUIÓN DE LAS ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD**

### *ILA BOGO*

¿Qué están aportando los blogs de moda a vuestra marca?

¿Creéis que los blogs generan compromiso? Es decir, ¿los consumidores se involucran más con las firmas de moda y complementos gracias a los comentarios publicados en los blogs?

Vuestra marca está en continua relación con el cliente gracias a la personalización de las Bogotinas. ¿Cómo surgió la idea de hacer partícipe al cliente en el proceso de diseño del producto?

Muchas marcas ya han enganchado a los clientes a través de este tipo de Marketing, ¿cómo sentís la fidelidad y el compromiso de vuestros clientes en Ila Bogo?

Según vuestra experiencia, ¿Qué creéis que aporta el diálogo creado entre la bloguera y el cliente al mundo de la moda?

¿Qué os aporta la relación o el feedback con el cliente en vuestra andadura como empresarias?

### EL BLOG DE NATALIA BELDA

¿Qué te inspiró a ser bloguera?

¿Qué quieres generar en las personas que leen tu blogs?

De las marcas que nombras en tu blog como Mac, Clarins, Make up forever... ¿Crees que han notado un aumento en sus ventas gracias a tus publicaciones? ¿Y crees que las marcas tienen en cuenta los comentarios de tus seguidoras en el blog a la hora de mejorar o crear nuevos productos?

¿Qué te aportan los comentarios de la gente a la hora publicar tus post? ¿Ha aumentado tu trabajo como maquilladora profesional desde que eres bloguera?

¿Tienes algún referente para realizar tu blog?

¿Qué crees que aporta un blog a la hora de marcar tendencia?

Actualmente Blanca Suárez (actriz) es una it girl de la moda, muchas chicas la tienen cómo referente y tú la has maquillado en varias ocasiones ¿Crees que haber publicado

como la maquillaste y qué producto usaste ha supuesto a las marcas y a las tendencias algo positivo? ¿O quizás un empujón de ventas en el mundo de la cosmética?

¿Cómo es la relación con tus seguidoras? ¿Te consideras comprometida con alguna marca en especial?

