

¿CÓMO DIFERENCIAR EL SERVICIO DE MAQUILLAJE PARA ATRAER A LA GENERACIÓN Z?

PROBLEMA

La industria del maquillaje en Guayaquil enfrenta dificultades para atraer y retener a los consumidores de la Generación Z. Esta generación busca experiencias personalizadas y valora la autenticidad y la conexión digital, lo que exige nuevas estrategias de marketing más allá de las tradicionales.



OBJETIVO GENERAL

Desarrollar estrategias de marketing diferenciadas basadas en el análisis del entorno de los jóvenes de la Generación Z, permitiendo la conexión y fidelización de los usuarios de forma competitiva y sostenible.

PROPUESTA

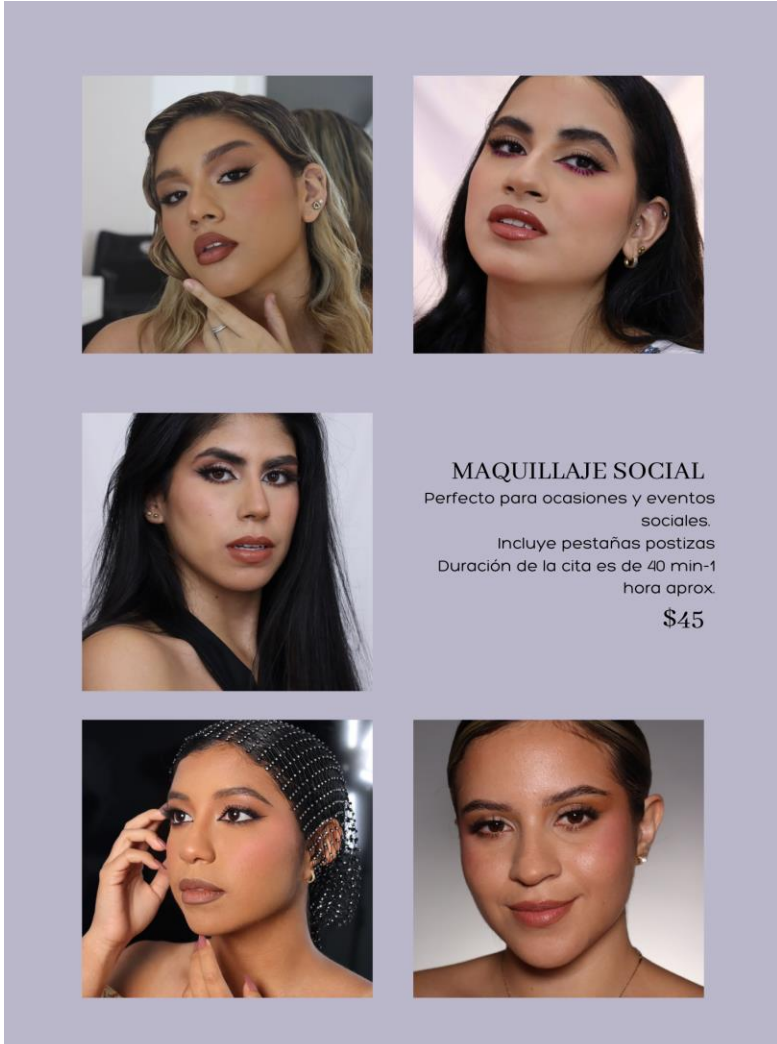


RESULTADOS



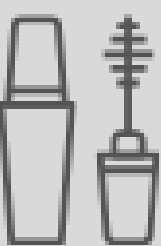
La Generación Z busca algo más que un simple servicio de maquillaje; busca una experiencia educativa y conectada con las últimas tendencias. Estar presente en Instagram y TikTok no es opcional, es esencial.

Ximena Molina Makeup implementó estrategias de servicio, fidelización y promoción digital innovadoras y enfocadas en las tendencias de la Generación Z.



Se destacaron servicios personalizados, portafolio de servicios, un sistema de tarjeta de fidelidad, y contenido interactivo en redes sociales, lo que aumenta la lealtad y participación de su clientela.

CONCLUSIONES



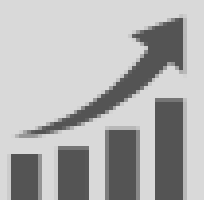
Adaptar los servicios de maquillaje a las tendencias de la Generación Z, como piel ligera y ojos destacados, atraerá y fidelizará a los clientes.



Utilizar Meta Business, Instagram y TikTok para crear contenido educativo y atractivo es clave para conectar con la Generación Z.



Incluir contenido interactivo y colaboraciones con influencers en las estrategias de marketing ayudará a retener a la audiencia y garantizará un crecimiento sostenible.



La formación continua, el uso de productos de alta calidad y una estrategia de marketing sólida posicionarán a Ximena Makeup como líder en el mercado de maquillaje en Guayaquil.