

# Día 4

Datos  
interesantes  
para vuestra  
estrategia y  
acciones





A woman with long brown hair, wearing a light-colored blouse, holds a large, ornate silver winged pin in her right hand. The pin features intricate detailing on the wings and a central emblem. The word "ZADIG" is overlaid in large, bold, gold-colored capital letters across the center of the image. The background is a bright, out-of-focus interior with large windows and white curtains.

# ZADIG



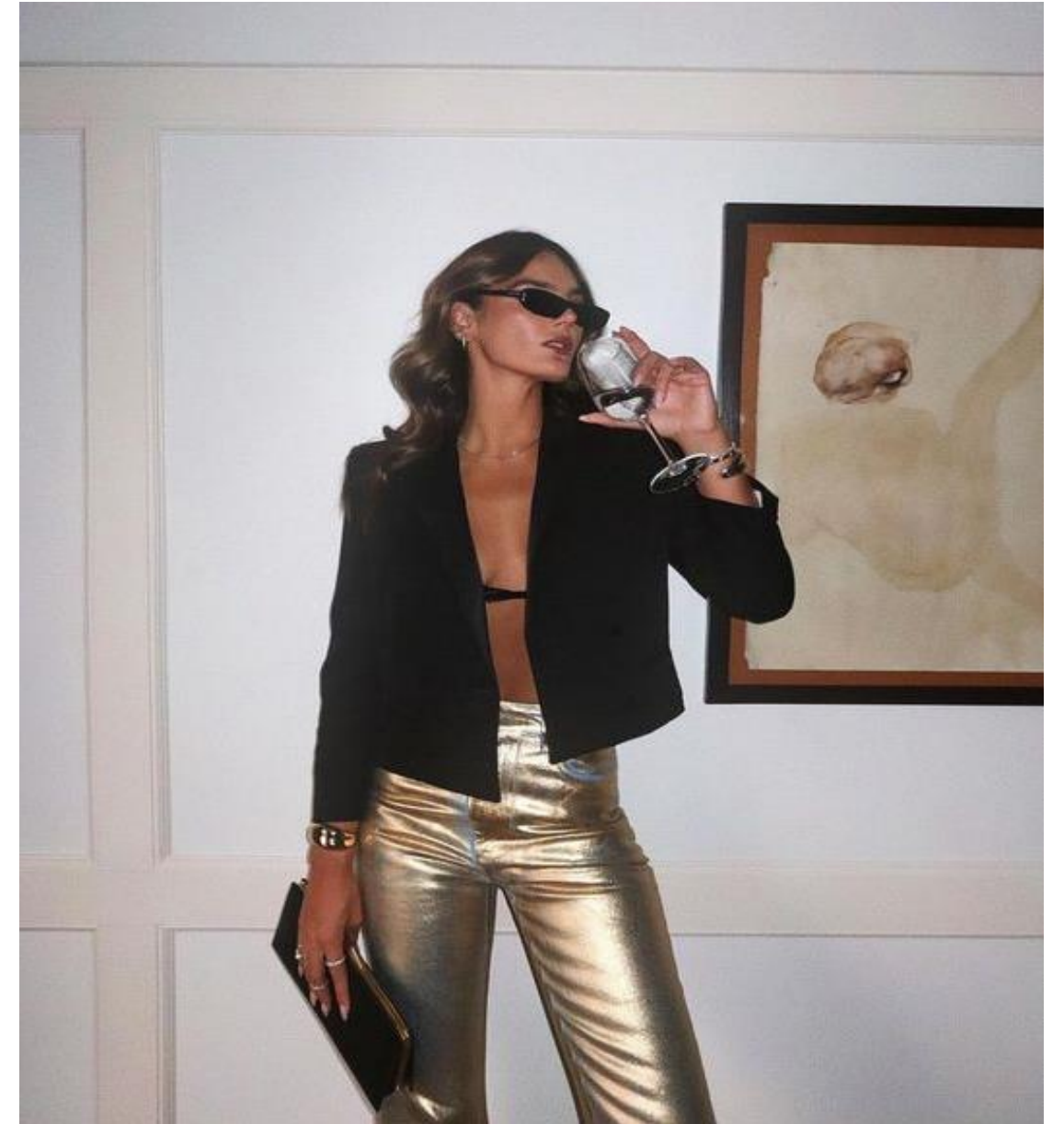
*¿cómo vais a hacer la  
transición?*

CHAMPION

CHAMPION



Recordatorio y enfoque del  
marketing de influencers  
que vimos en la fase 3....¡No  
olvidéis el ZADIG SQUAD!





# ¿Qué puede cobrar una Influencer en España?

Tabla de rangos de tarifas por tipo de influencer

<u>Tier</u>	Seguidores aprox.	Precio por publicación patrocinada (post / vídeo / <u>stories</u> )	Ejemplos de agencias / plataformas
Nano	1.000 – 10.000	50 € – 200 €	Blind Creator · Prismalia
Micro	10.000 – 50.000	100 € – 500-700 €	Blind Creator · Treintaycinco mm
<u>Mid-tier</u>	50.000 – 100.000	700 € – 1.500 €	Treintaycinco mm · Valle A Estudio
Macro	100.000 – 500.000+	Desde ~1.000 € hasta varios miles (según alcance y tipo de contenido)	Blind Creator · Hypefy
<u>Mega / Celebrity</u>	+1 millón	Varios miles por publicación (incrementa si incluye vídeo, derechos de imagen, exclusividad...)	Shopify Creators tools · Blind Creator



# ¿Qué puede cobrar una Influencer en España?

Tabla de rangos de tarifas por tipo de influencer

Tier	Seguidores aprox.	Precio por publicación patrocinada (post / vídeo / stories)	Ejemplos de agencias / plataformas
Nano	1.000 – 10.000	50 € – 200 €	Blind Creator · Prismalia
Micro	10.000 – 50.000	100 € – 500-700 €	Blind Creator · Treintaycinco mm
Mid-tier	50.000 – 100.000	700 € – 1.500 €	Treintaycinco mm · Valle A Estudio
Macro	100.000 – 500.000+	Desde 1.000 € hasta varios miles (según alcance y tipo de contenido)	Blind Creator · Hypefy
Mega / Celebrity	+1 millón	Varios miles por publicación (incrementa si incluye vídeo, derechos de imagen, exclusividad...)	Shopify Creators tools · Blind Creator



# ¿Qué tener en cuenta al elegir la influencer?

Al elegir la influencer para Zadig & Voltaire, convendría priorizar que:

- Su audiencia sea principalmente **Género Z en España** — seguidores jóvenes, interesados en moda, estilo de vida, cultura.
- Su estilo personal y su “voz” esté alineada con los valores de la marca: empoderamiento, feminidad, elegancia, libertad.
- Tenga buen **engagement y credibilidad** — no solo seguidores, sino que sus seguidores interactúen con sus contenidos. Esto suele generar mejor retorno que simplemente “muchos seguidores”. **Especialización.**
- Esté dispuesta a un enfoque de **más largo plazo / fidelización**, no solo “post puntual” — para construir comunidad, identificación con la marca y confianza.



# Posibles Influencers españolas para Zadig?

Influencer	Seguidores aprox.	Estilo / Afinidad con Zadig & Voltaire	Encaje estratégico	Tarifa estimada por colaboración/post
María Valdés (@marvaldel)	900k IG	Moda elegante, europeo-chic, tonos neutros, toque parisino	Muy fuerte en moda premium y lifestyle; genera confianza	3.000€ – 6.000€
Jessica Goicoechea (@goicoechea)	1.9M IG	Mujer empoderada, sensual, estética edgy-rock, muy alineada con el ADN de Zadig (rock-chic)	Perfecta para campañas que buscan actitud, fuerza y moda premium	8.000€ – 15.000€
María Fernández-Rubies (@mariafrubies)	950k IG	Femenina, elegante, estética europea, storytelling emocional	Buen match para fidelización y contenido creativo	3.000€ – 6.000€
Marta Sierra (@marta_sierra)	1.1M IG	Moda chic parisina, colores suaves, estética aspiracional	Excelente para contenido visual, reels y lifestyle viaja-por-el-mundo	5.000€ – 10.000€
Anabel MUA (@anabelmua)	400k IG	Gen Z + maquillaje + moda atrevida, autenticidad	Ideal si quieres un toque más joven y expresivo	1.500€ – 3.000€
Claudia Parras (@claudiaparrast)	350k IG	Estilo minimalista, elegante, sofisticado	Perfecta para campañas más sutiles, cool y aspiracionales	1.000€ – 2.500€
María García de Jaime (@mariagdejaime)	550k IG	Femenina, elegante, estética cuidada y premium	Encaja bien si buscas storytelling cálido + fidelización	2.000€ – 4.000€
Nina Urgell (@ninauc)	850k IG	Minimalista, europea, estética cool-chic muy parisina	Fuerte conexión con moda premium y marcas internacionales	3.000€ – 6.000€
Belen Hostalet (@balenhostalet)	800k IG	European aesthetic, viajes, lifestyle aspiracional	Imágenes muy potentes para campañas visuales	3.000€ – 6.000€
CeliaB (@Celiab)	180k IG	Creativa, colorida, estética muy fuerte	Encaja si buscas un toque más rompedor o artístico	700€ – 1.500€





# *iiPropuesta ...pero buscad vosotros la vuestra!!*

Una propuesta por **coherencia con los valores de la marca** (libertad, espíritu parisino, rock-chic, empoderamiento), mis top picks serían:

## *Jessica Goicoechea*

Por actitud, estética rock-chic, moda premium, y alto impacto en Gen Z.

## *Marta Sierra*

Por estética parisina, elegante y aspiracional.

## *Marta Díaz*

Por estilo europeo-chic y también desenfadado .



*Jessica Goicochea*

*Marta Sierra*



*Marta Díaz*





# PLAN COMPLETO DE ACTIVACIÓN de mk de influencers - Zadig & Voltaire x Influencers Gen Z

## 1. Objetivo estratégico:

**Fidelizar** a clientes jóvenes (Gen Z) reforzando:

- Identidad rock-chic y libertad
- Inspiración parisina (el origen de la marca)
- Imagen de mujer empoderada, segura, creativa
- Conexión emocional y recurrente, no solo visibilidad puntual



## 1. Influencers sugeridas para activar

Usamos hasta 3 perfiles complementarios:

**1) Jessica Goicoechea (impacto + actitud rock-chic)**

Lidera la campaña visual y aspiracional.

**2) Marta Sierra (estética parisina + lifestyle premium)**

Fase narrativa, estética, contenido elegante.

**3) Marta Díaz (confianza + storytelling + estilo europeo-chic)**

Construcción de fidelización, contenido cercano.

**Así cubrís: impacto + estética + relación con la comunidad.**





## 2.- Estructura del plan por fases

### FASE 1 – “Teaser & Expectativa” (Semana 1)

**Objetivo:** intriga, generar deseo, anunciar movimiento de la marca.

**Acciones:**

**Stories teaser sin mostrar la marca:** “Nueva colaboración... algo muy París y muy yo... ✨”

**Close-ups de texturas** (cuero, denim, alas, metal, perfume).

**Cada influencer** sube 1 story breve con estética Zadig (blanco/negro, sombras, calle parisina).

**KPIs:** alcance, respuestas a stories, sentimiento.



## FASE 2 – “Reveal / Anuncio oficial” (Semana 2)

**Objetivo:** visibilidad y posicionamiento.

**Acciones:**

1 Reel principal por influencer mostrando los looks de Zadig & Voltaire.

**Mensaje clave:** “La libertad no se explica, se vive”. Contenido visual en tono rock-chic / parisino:

Jessica → potente, actitud, vídeo urbano.

Marta → estética elegante, planos en movimiento, luz natural.

María → naturalidad y mensaje emocional.

Formato: reels + fotografía editorial.

KPIs: reproducciones del reel, guardados, comentarios.





## FASE 3 – “Storyliving & Lifestyle” (Semanas 3-4)

**Objetivo:** reforzar vínculo y mostrar la marca integrada en el día a día.

**Acciones por influencer:**

“Un día conmigo en París / Barcelona / Madrid” con looks Zadig.

“Mis imprescindibles para sentirme yo” → foco en libertad + actitud.

Stories de probador, backstage, maquillaje, citas de empoderamiento.

**KPIs:** engagement, reply-rate, tiempo de visionado.



## Fase 4 – “activación experiencial” (Mes 2)

**Objetivo:** fidelización profunda a través de experiencias.

**Propuestas:**

Evento privado Zadig & Voltaire en Madrid/Barcelona con estética parisina.

Photocall con alas metálicas (símbolo de libertad).

Sesión de estilismo en vivo.

Música soft-rock francesa.

**Las influencers generan contenido in situ:**

“Vive Zadig con nosotras”

**Mini entrevistas sobre libertad y estilo.**

**KPIs:** menciones, UGC orgánico, crecimiento seguidores marca.





## Fase 5 – “Always-On & UGC Premium” (Mes 3)

**Objetivo:** mantener la fidelización.

**Acciones:**

Cada influencer publica 1–2 outfits mensuales durante 2 meses.

Contenido tipo “cómo combiné mi chaqueta Zadig esta semana”.

**Mini retos de comunidad:** Always-On & UGC Premium

“Muéstrame tu look con actitud Zadig y te regalo un detalle exclusivo.”

**KPIs:** recurrencia, engagement sostenido, ventas atribuibles.

.



### 3- Propuesta de mensajes clave

## Buscar un claim principal y un protagonista clave

“Freedom has a shape. Zadig is ours.”

#### Otros mensajes:

“Ser libre es un acto de estilo.”

“La actitud es la nueva elegancia.”

“París no es un lugar, es una energía.”

“Rock your freedom.”

.



## 4- Entregables por influencer

### **Jessica Goicoechea (rostro principal)**

- 1 Reel reveal + 1 Reel evento + 2 outfits mensuales
- 6–8 stories por mes
- 1 sesión editorial (derechos para la marca)

### **Marta Sierra (estética parisina)**

- 1 Reel lookbook
- 1 vídeo “día en la vida”
- 4–6 stories mensuales
- Fotos para contenido premium

### **María Valdés (relato emocional)**

- 1 Reel “mis esenciales”
- 2 posts / mes combinando lifestyle + moda
- Stories de cercanía con mensaje emocional.





## 5- Presupuesto estimado

Dependiendo de las negociaciones:

Goicoechea: 8.000–15.000 €

Sierra: 5.000–10.000 €

Valdés: 3.000–6.000 €

**Total campaña 3 meses (estimado orientativo):**

👉 20.000 – 45.000 € + producción evento (si aplica).



## 6- Métricas y seguimiento

- Alcance total
- Reels reach por influencer
- Guardados (indicador de interés real en moda)
- Tráfico a la web
- Ventas atribuibles (si se usan códigos)
- Crecimiento de comunidad joven
- UGC generado espontáneamente



# Plan completo del proyecto

**Plan de comunicación** por fases que os puede servir:

1. Lanzamiento
2. Gestión y coordinación de campaña de influencers
3. Contenido recurrente (línea de contenido)
4. ¿Cómo vamos a generar interacción?
5. Productos de apoyo/ Evento / viajes / ¿Cómo mantenemos el hype y generamos posicionamiento?
6. Fidelización
7. Medición, KPIs globales y retorno de la inversión





# Alcance



# ¿Cómo aterrizar las acciones?

## FASE 4 | Buyer Persona



### NOMBRE

Escribe una pequeña descripción de tu buyer persona.

### EDAD

¿Qué está estudiando o ha estudiado?

¿Trabaja? ¿Dónde?

¿Cómo es su vida social? ¿Amigos? ¿Familia? ¿Pareja?

¿Qué personalidad tiene?

### MARCAS FAVORITAS

Pon los logos de sus marcas favoritas



**OBJETIVOS Y MOTIVACIONES**  
Define aquí la estrategia que seguirás para dar respuesta a la pregunta del reto.

**MIEDOS Y FRUSTRACIONES**  
Define aquí la estrategia que seguirás para dar respuesta a la pregunta del reto.

**NECESIDADES**  
Define aquí la estrategia que seguirás para dar respuesta a la pregunta del reto.

**¿QUÉ PIENSA DE NOSOTROS?**  
Define aquí la estrategia que seguirás para dar respuesta a la pregunta del reto.

**¿QUÉ PIENSA DE LA COMPETENCIA?**  
Define aquí la estrategia que seguirás para dar respuesta a la pregunta del reto.

**¿CÓMO NOS ENCUENTRA?**  
Define aquí la estrategia que seguirás para dar respuesta a la pregunta del reto.

**ESPACIO LIBRE**  
Define aquí la estrategia que seguirás para dar respuesta a la pregunta del reto.

#MIREVOLUCIÓNESIC

JUEVES 26 DE NOVIEMBRE

ZADIG & VOLTAIRE

# Buyer Persona

[illegible]

## Lifestyle y marcas que consume



# Buyer Persona



## Zadig Voltaire Bag Girls ▾



Iniciar sesión

Q

Buscar

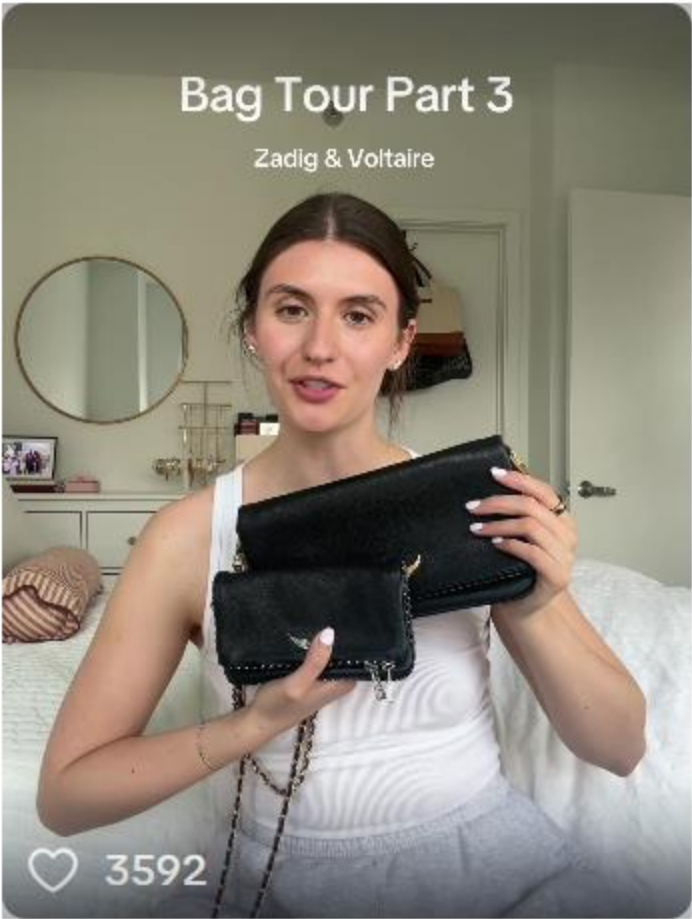
-  Para ti
-  Shop
-  Explorar
-  Siguiendo
-  LIVE
-  Cargar
-  Perfil
-  Más




Replying to @Yasmine let m...


 alexis.taliento

 688.1K



Purse tour part 3! These are...

 izzzyfal

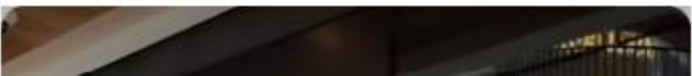
 125.1K




NEW FLASH BAG 🦋🦋🦋 ...


 222goldengirl

 62.9K



treated myself 🥰🌟💖 SHE...

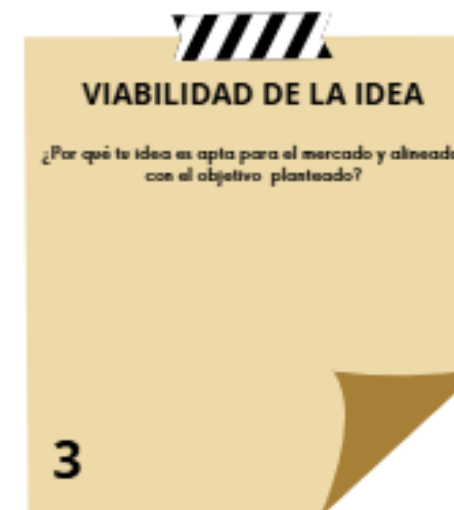
 alexis.taliento

 766.8K



# ¿Cómo aterrizar las acciones?

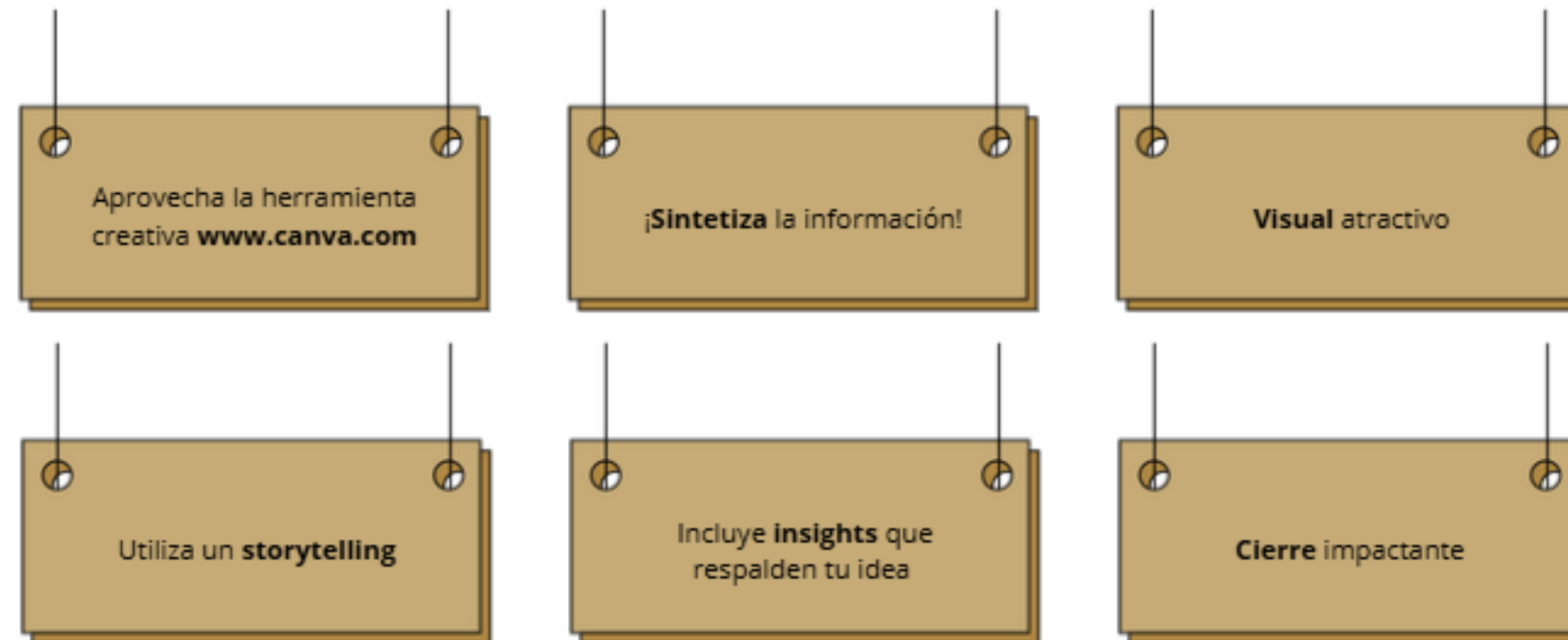
## FASE 4 | Definición descriptiva del Plan de acción



#MIREVOLUCIÓNESIC

# ¿Cómo aterrizar las acciones?

## FASE 4 | Definición creativa del Plan de acción | Presentación



#MIREVOLUCIÓNESIC

Recomendación: 5 - 6 slides



*¿cuánto estaría dispuesto a gastar  
la marca?*

# *¿Cómo convencer?*

- 1. Nombre de la idea*
- 2. Claim*
- 3. Claridad de las ideas*

<https://esic.co/semana-by-esic/>

IMPORTANTE VER LOS DOS VÍDEOS

*¿Cuál es vuestro rol?*

*consultores  
vs  
directivos de Zadig & Voltaire*

*Recordad prototipar*



# Ejemplos



*¿cómo subimos la propuesta?*

*Team leader a través de la landing*

*2 archivos en PDF, puede haber  
vídeos integrados.*

*Muchas gracias*