

R O C I O P E R A L T A

HOJA
DE RUTA

ANÁLISIS DE MERCADO

ANÁLISIS DE MARCA

INSIGHT Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN COMERCIAL

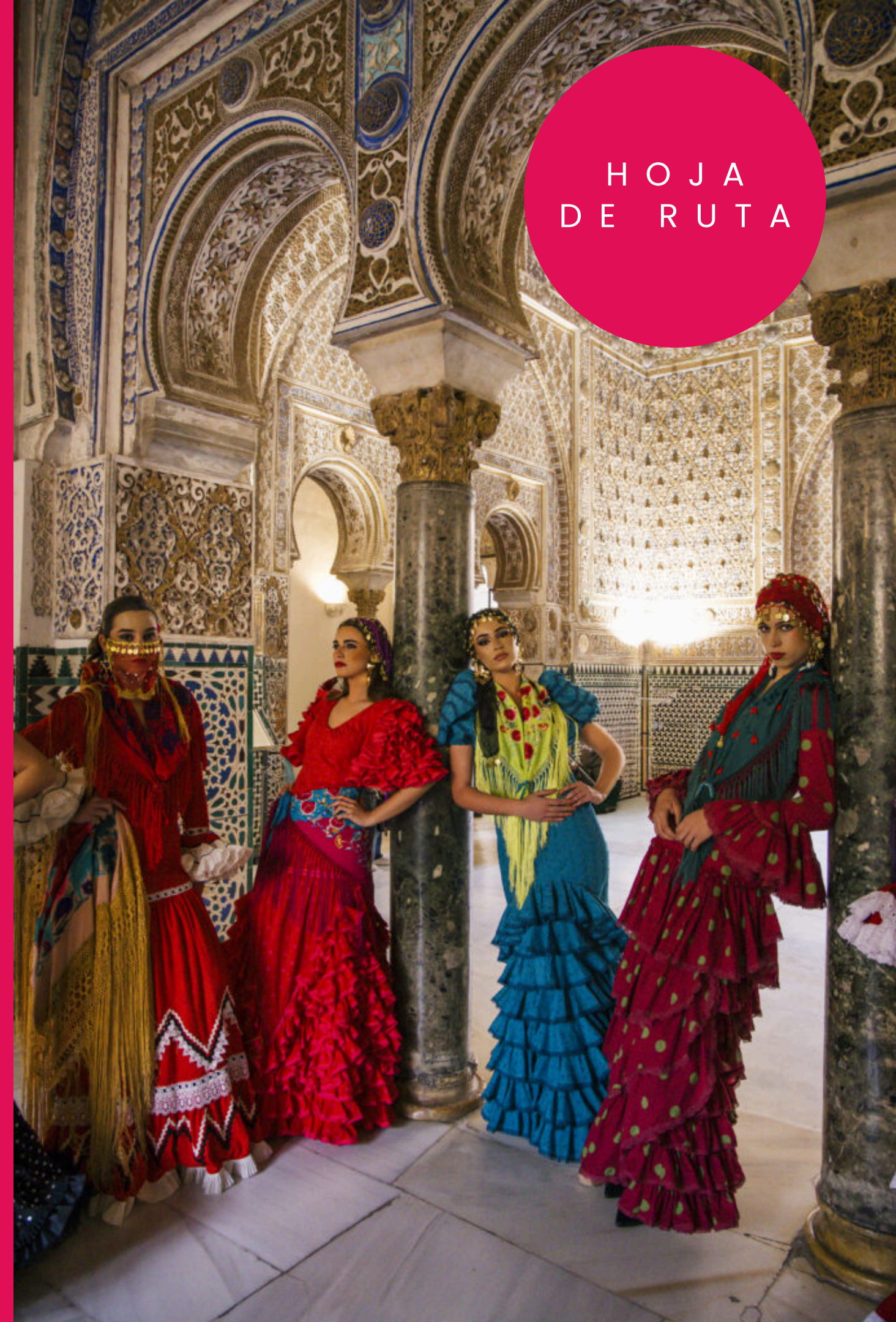
PROPUESTA CREATIVA

PLAN DE MEDIOS

CALENDARIO DE LA CAMPAÑA

PRESUPUESTO ESTIMADO

RIESGOS Y CRISIS



ANÁLISIS
DEL
MERCADO



MODA FLAMENCA

LUJO Y ARTESANÍA

SOSTENIBILIDAD

STORYTELLING Y SLOW FASHION

CRECIMIENTO SOSTENIDO

EXPANSIÓN INTERNACIONAL

PASARELAS FLAMENCAS

LÍMITES LOCALES

TEMPORALIDAD ESTACIONAL



ANÁLISIS
DE
MARCA

IDENTIDAD

ARTESANÍA ELEVADA A LUJO
TRADICIÓN REINTERPRETADA
EXPLOSIÓN CROMÁTICA
EL LUNAR COMO TERRITORIO PROPIO
UNIVERSO SOCIAL ASPIRACIONAL

PROPÓSITO

REINTERPRETAR LA TRADICIÓN
ANDALUZA DESDE UNA VISIÓN
CONTEMPORÁNEA SIN PERDER
AUTENTICIDAD.

ANÁLISIS
DE
MARCA

PERSONALIDAD

SOFISTICADA PERO CERCANA
ATREVIDA SIN SER ESTRIDENTE
FEMENINA, PODEROSA Y SEGURA
SOCIAL, VISIBLE Y MEDIÁTICA
TRADICIONAL

TONO

ELEGANTE
ASPIRACIONAL
VISUAL Y EMOCIONAL
SEGURO
ORGULLO DE RAÍCES



INSIGHT

EN LA FERIA TODAS VAN VESTIDAS DE
FLAMENCA, YO VOY DE ROCÍO PERALTA



TARGET

MUJER
ENTRE
30-55
AÑOS

MODERNA
Y
ATREVIDA

TRADICIÓN
COMO
PATRIMONIO

NIVEL
SOCIO
ECONÓMICO
ALTO

PIEZAS
DE
CALIDAD

DISTINCIÓN
DISEÑO
EXCLUSIVO

A group of women in traditional flamenco dresses are standing in a courtyard with arches. The dresses are in various colors: red, yellow, blue, green, black, and pink. They are all wearing large, ruffled skirts and have their hair styled in traditional flamenco fashion. The background shows a building with arches and a tree on the left.

BARRERAS

**PRECIO ELEVADO
COMPARADO CON USO**

TIEMPO DE ENTREGA

**FALTA DE CONOCIMIENTO
DEL VALOR ARTESANAL**

PERCEPCIÓN DE RIESGO

**TRADICIÓN EN CONFLICTO
CON INNOVACIÓN**

MOTIVACIONES

**EXCLUSIVIDAD Y
DIFERENCIACIÓN**

**VALOR CULTURAL Y
ARTESANAL**

**RELEVANCIA SOCIAL Y
CULTURAL**

CONEXIÓN EMOCIONAL

DURABILIDAD Y CALIDAD

CUSTOMER
JOURNEY
MAP



CONSIDERACIÓN

COMPRA

FIDELIZACIÓN

EXPERIENCIA POST
COMPRA

EVALUACIÓN

DESCUBRIMIENTO

PRE-COMPRA

COMPRA

POST-COMPRA

OBJETIVOS DE
COMUNICACIÓN

OBJETIVO 1

REDUCIR LA
DEPENDENCIA EXCLUSIVA
DE LA CAMPAÑA
FLAMENCA

OBJETIVO 2

CONSEGUIR UNA
MAYOR
CONSOLIDACIÓN
DE NUESTRAS
CLIENTAS
ACTUALES

OBJETIVO 3

REDUCIR LA
LIMITACIÓN LOCAL

OBJETIVO 4

CONSEGUIR UNA
MAYOR AUTORIDAD
CULTURAL Y
POSICIONAMIENTO
SECTORIAL FUERA
DEL MERCADO MODA
FLAMENCA



ESTRATEGIA
COMUNICACIÓN
COMERCIAL

PROMESA

LLEVAR UN
TRAJE DE
ROCÍO
PERALTA ES
VESTIR CON
PODER.

TERRITORIO

PASA DE SER "MODA
FLAMENCA" A
"TRADICIÓN
ELEVADA A LUJO
CONTEMPORÁNEO".

RAZÓN
PARA CREER

- ARTESANÍA REAL
- TRAYECTORIA Y RECONOCIMIENTO
- EXCLUSIVIDAD
- ALTA COSTURA FUNCIONAL

NARRATIVA
CREATIVA

NO SE HABLA DEL TRAJE
DE FLAMENCA, SE HABLA
DEL PROCESO ARTESANAL
PARA PRODUCIRLO Y LO
QUE SIENTE UNA MUJER
AL LUCIRLO.



PROPUESTA
CREATIVA

PUESTA EN VALOR DEL PROCESO CREATIVO

LA PERSONA DETRÁS DE LA MARCA

RAÍCES FLAMENCAS Y ANDALUZAS

IDENTIDAD

AUTORIDAD CULTURAL

PERCEPCIÓN DE LUJO

DESDE LA RAÍZ



A C C I O N E S

A C C I O N E S



L A S E N T R A Ñ A S D E R O C Í O P E R A L T A

A C C I O N E S



ROCÍO PERALTA X
BALLET FLAMENCO DE ANDALUCÍA

ACCIONES



CON ROCÍO PERALTA AL REAL DE LA FERIA

ACCIONES



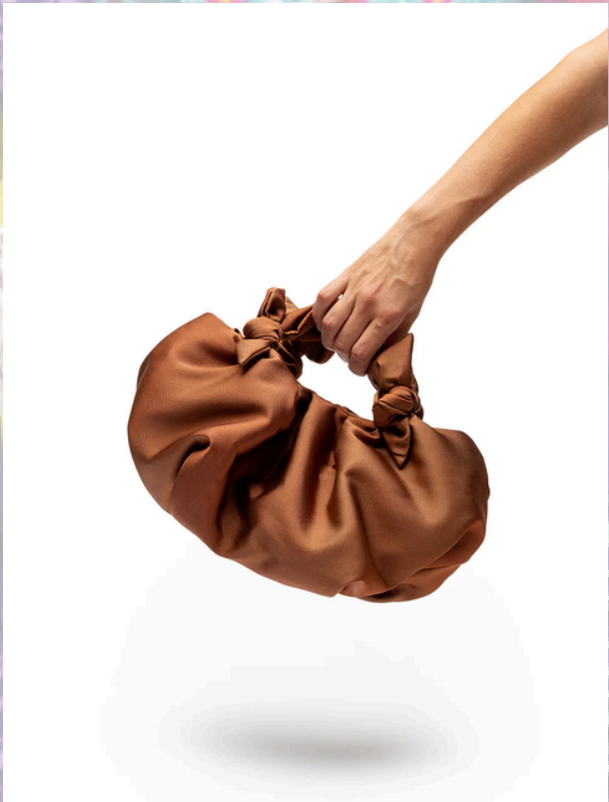
JULIETA ÁLVAREZ



GLIMMERING



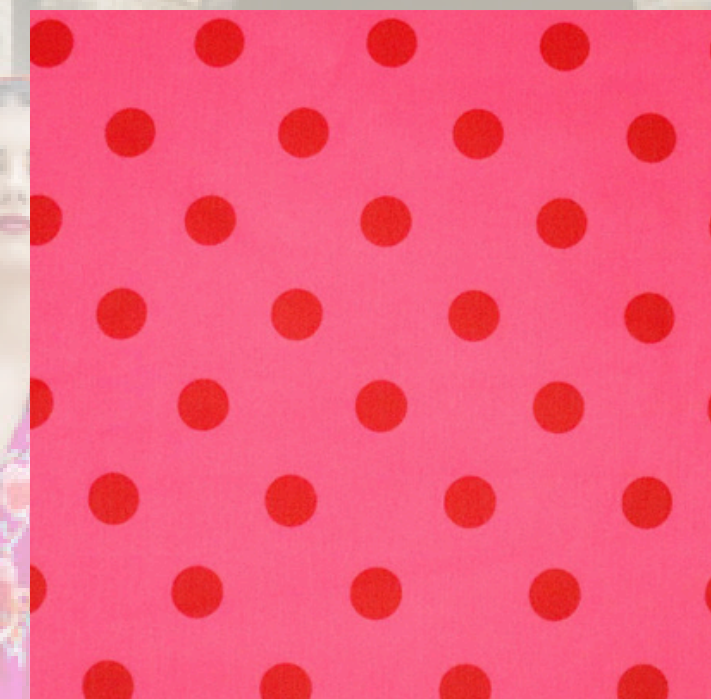
POLIN ET MOI



LAIA ALEN

COLABORACIONES

A C C I O N E S



C R U Z C A M P O X R O C Í O P E R A L T A

A C C I O N E S



D E S F I L E A N U A L



MEDIOS

ONLINE

- INSTAGRAM

- PAID SOCIAL Y DISPLAY

- INFLUENCER

- BRAND CONTENT

OFFLINE

- PRENSA ESPECIALIZADA

- DESFILE PROPIO

- EXPERIENCIA Y RETAIL

JUSTIFICACIÓN

TARGET Y SU
COMPORTAMIENTNO
MEDIÁTICO

OBJETIVOS DE LA
MARCA CON CADA
MEDIO

ELEVAR PERCEPCIÓN DE LUJO
DESESTACIONALIZAR
FIDELIZAR
EXPANDIR FUERA DE ANDALUCÍA
AUMENTAR TICKET MEDIO

CALENDARIO

	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun	Jul.	Agos.
Las entrañas de Rocío Peralta		Producción	Producción		Lanzamiento (post desfile)	Activación Mk	Activación MK				Activaciones puntuales (órgánica)	
Rocío Peralta x Ballet Flamenco de Andalucía	Activación		Diseño campaña, negociación,,	Producción						Lanzamiento	Activación	
Con Rocío Peralta al Real de la Feria					Diseño, negociación fee,..			Campaña				
Colaboraciones			Laila Alen Julieta Álvarez	Laila Alen Julieta Álvarez	Laila Alen Julieta Álvarez		Polin et moi Cruzcampo	Polin et moi Cruzcampo	Glimmering	Glimmering		
Desfile nueva colección		Producción	Producción	Producción	Desfile y lanzamiento nueva colección	Campaña RR.SS						

PRESUPUESTO

PARTIDAS	%	IMPORTE
Producción creativa	41,67	50.000€
Influencer marketing	25	30.000€
Paid media	12,5	15.000€
Retail & Experiencial (PLV)	8,33	10.000€
Gestión y equipo	4,17	5.000€
Contingencia	4,17	5.000€
Total	100	120.000€

RIESGOS	GESTIÓN
Experiencia no alineada con posicionamiento premium	Definir un protocolo Gestión realista de la producción Fijar un ritual de experiencia
Desalineación entre el discurso artesanal y la percepción real	Transparencia sobre los tiempos de producción. Explicación del proceso en cada prueba. Mostrar el proceso, no solo el producto final.
Sobreexposición y banalización	Control de colaboraciones. Selección estricta de influencers. Eventos cerrados, no abiertos.
Apropiación cultural, desde la experiencia del cliente	Explicar el sentido creativo antes de comenzar Conectar cada innovación con raíces culturales Formación de equipo