

Estrategias de Comunicación y Marketing para Lujo Responsable

Up-market mediante la diferenciación por servicio técnico

Re-segmentación del Nicho:

La Mujer Ejecutiva y la Creativa Senior. El nicho actual está muy mezclado y para alcanzar ventas de un precio promedio de \$180.000 por prenda se debe apuntar a un perfil diferente, como mujeres de 30-50 años, profesionales independientes, directivas o emprendedoras. Que tengan un dolor claro, como "No tengo tiempo para ir a que me arreglen la ropa", "Nada de lo que compro en centros comerciales me queda bien de busto/cintura", "Quiero verme profesional pero no uniforme". Estas mujeres valoran el lujo silencioso, no buscan logos grandes, buscan telas que respiran (lino, algodones orgánicos) y una caída perfecta.

¿Cómo comunicar la propuesta de valor y segmentar?

La comunicación de "Lujo Responsable" no debe hablar de precios bajos, sino de valor excepcional. No vendes ropa barata, vendes una pieza de colección con impacto social y un servicio de ajuste premium que elimina la frustración de la clienta. Para que YNF logre saltar de los \$120.000 a los \$180.000 (el punto de equilibrio del margen bruto del 60%, según los indicadores del sector moda), la comunicación debe dejar de hablar de "ropa" y empezar a hablar de "Propósito". Elevando el valor percibido y el guión para cerrar ventas sin fricción.

- El Feed: Estética de Lujo Responsable: usar una paleta de colores orgánica (tierras, crudos) que evoque a Ocaña y la naturaleza. Highlights (Historias Destacadas): Crear una historia destacada llamada "Tu Medida", donde expliques paso a paso cómo la asesoría por WhatsApp asegura que la prenda le quede perfecta. Esto justifica el "fee" implícito en el nuevo precio.

- Pilar 1: La Narrativa de Origen (Responsabilidad Social):
 - o Copywriting: *"Cada costura cuenta una historia de empoderamiento. Esta prenda no se hizo en una fábrica masiva; fue perfeccionada por las manos de una maestra de atelier [Nombre, si es posible] en Santander, garantizando un comercio justo."*
 - o Visual: Fotos de alta calidad de los talleres satélites (madres cabeza de familia), pero no mostrando carencia, sino mostrando maestría, orgullo y dignidad.
 - **Transparencia de Valor** (No de Costo): Mostrar el proceso de las maestras artesanas de YNF (madres cabeza de familia). No hablar solo de "apoyo social", mejor hablar de "Alta Costura Social". La precisión de sus manos es lo que garantiza el entalle.
 - La Ciencia detrás del Lino/PET: Si se usa lino o textiles sostenibles, sería favorable educar sobre la durabilidad. "\$180.000 dividido en 5 años de uso son \$3.000 al mes por una prenda impecable".
 - Dejar de usar palabras genéricas. Se sugiere cambiar el vocabulario en redes a palabras que vendan caro:

Antes: "Blusa de lino disponible en todas las tallas".

Ahora: **"Pieza de autor en lino de alta densidad con ajuste técnico personalizado a tu morfología"**.

Antes: "Apoyamos a madres cabeza de familia".

Ahora: **"Cada pieza es una co-creación con nuestras maestras artesanas, expertas en confección femenina con propósito"**.

YNF no compite por precio, sino por la eliminación de la fricción post-venta (el ajuste), lo cual atrae a un segmento con mayor disponibilidad de pago y menor sensibilidad al precio.

- Pilar 2: El Empoderamiento Técnico (Lujo del Ajuste):
 - o Copywriting: *"Olvidate de las tallas estándar que no te ven. YNF redefine el lujo a través de la arquitectura corporal: una prenda que te habita, no que solo te cubre."*
 - o Visual: Un reel que compare el movimiento de una clienta en una prenda de YNF vs. una prenda masiva (que se sopla, aprieta, etc.).
 - o **El Valor de lo Justo:** El objetivo es que cuando la clienta vea el precio de \$180.000, piense: *"Es justo por todo lo que recibo"*, en lugar de *"Está caro"*.
 - El "Costo del Mal Ajuste": Hacer Reels comparando una prenda de "talla estándar" (que se ve ancha en la cintura o que queda larga a una chica de estatura baja) vs. una de YNF con ajuste antropométrico. *Gancho:* "Comprar barato sale caro cuando la prenda se queda en el clóset porque no te horma bien".

Estrategia de "Inbound Marketing" de Autor: Para que este nicho encuentre a la marca, la comunicación debe elevarse, por ejemplo:

- LinkedIn como Canal Inesperado: Publicar sobre la arquitectura del vestir y cómo la imagen influye en el liderazgo. Habla del impacto social de tu marca (ODS 8). Las ejecutivas están en LinkedIn y valoran las empresas con propósito social real.
- Colaboraciones con "Stylists" y Asesoras de Imagen: Buscar micro-influencers que se dediquen a la asesoría de imagen profesional. Ellas son las *gatekeepers* de las mujeres que tienen el presupuesto pero no el entalle correcto.
- Eventos de Nicho (Networking): Asistir a foros de mujeres emprendedoras o cámaras de comercio, espacios como círculos de mujeres, etc.

Estrategia de Marketing y Pauta (Ads):

Segmentación por Intereses: En lugar de segmentar solo por "ropa", segmenta por:

- *Intereses de Conciencia:* Sostenibilidad, comercio justo, productos orgánicos, moda ética.
- *Intereses de Lujo Silencioso:* Diseñadores independientes, marcas *slow fashion*, arte, arquitectura, joyería de autor.
- *Intereses de Comportamiento:* Viajeras frecuentes, usuarias de Shopify (compradoras *online*), *early adopters* de tecnología.

Formatos de Pauta:

- *Vídeo-Tutoriales:* Explicando en 1 minuto cómo se toman las 4 medidas básicas.
- *Testimoniales Emocionales:* Clientas antiguas hablando de cómo se sienten de seguras con la prenda ajustada.

Del Canal Digital al "Phygital" (Fase Pop-up): El nicho de \$180.000 a veces necesita tocar la tela una vez para confiar:

- Trunk Shows / Cafés de Autor: Organizar mañanas de café en lugares exclusivos de Bucaramanga y Ocaña donde las clientas puedan ver el textil, sentir la textura y donde se le tomen las medidas a las clientas de manera personal.

- Experiencia de Unboxing: Si el precio sube, el empaque debe subir. El nicho de mayor nivel espera una experiencia sensorial: un aroma de marca, una nota escrita a mano sobre la maestra artesana que hizo la prenda y una guía de cuidado del textil.

La Estrategia de Escasez y Exclusividad: El nicho de alto valor huye de lo masivo:

- Ediciones Limitadas: "Solo 10 unidades de este diseño en lino premium". Esto justifica el precio y acelera la decisión de compra (reduce tus 4 horas de CAC).
- Servicio VIP de Medidas: Ofrece un "Home Fitting" (si es en tu ciudad) o una videollamada de 15 minutos exclusiva para la toma de medidas. El nicho premium paga por la atención personalizada.

Script de Venta para WhatsApp (Cierre de 60% de Margen)

Este guión está diseñado para reducir esas 4 horas de duda. Se pasa de ser "vendedora" a ser "Asesoras de Imagen".

Fase 1: El Saludo y la Validación (Filtro de Calidad)

"¡Hola [Nombre]! Qué gusto que conectes con YNF. Soy Natalia, directora creativa. Para asesorarte mejor, cuéntame con cuál prenda te sientes identificada."

Una vez responde "con la [Prenda]": "Ok [Nombre] ¿me podrías contar qué es lo que más te cuesta encontrar cuando compras [Blusas/Pantalones] online? (¿El entalle de hombros, el largo, la sisa?)"

Fase 2: Presentación del Valor (Justificación del Precio) *Una vez la cliente menciona un "dolor" (ej: "siempre me queda grande de cintura"):*

"Te entiendo perfectamente. En YNF no vendemos tallas estándar porque los cuerpos reales no lo son. La venta de esta prenda incluye nuestro Protocolo de Ajuste Antropométrico. Esto significa que, tomamos tus medidas clave y nuestras maestras artesanas ajustan el patrón original a tu silueta antes de enviarlo. Recibirás una prenda de autor, en [textil] de alta calidad, lista para habitar, sin necesidad de ir a una modistería externa."

Fase 3: Propósito

"Además, al elegir esta pieza, estás garantizando el trabajo digno de nuestras maestras artesanas en Ocaña, Norte de Santander. Estás vistiendo una historia de empoderamiento. ¿Te gustaría que iniciáramos tu ficha técnica de medidas para esta referencia?"

Matriz de respuestas

Si la cliente dice...	Respuesta estratégica
"Está costosa, vi una parecida en \$110.000"	"Entiendo. La diferencia es que en YNF no compras solo la prenda, compras el entalle garantizado. Una prenda de \$110.000 que no te queda perfecta requiere tiempo y dinero extra en ajustes. Aquí, te llega lista para brillar."
"No tengo el dinero ahora"	"Comprendo de corazón. Valoramos mucho tu interés. Si buscas una inversión inteligente en tu clóset, podemos agendar tu pedido para cuando estés lista, ya que trabajamos bajo demanda para ser sostenibles."

“Procedemos con la venta”	"Te cuento que estos ajustes los hará doña Teresa y quiero contarte quien es ella, ella es una madre cabeza de familia experta en confección, va a tratar tu producto con una delicadeza que en ningún otro lado vas a tener, y además la vas a empoderar como mujer, porque ella necesita los recursos para para poder sostener y sacar adelante a su familia” “Al entregar la prenda, le entrego una carta firmada por doña Teresa agradeciéndole a la clienta por el trabajo que le dió”
----------------------------------	---

Estrategias de conversión inmediata, monetización y fidelización

Para garantizar el flujo de caja y la rotación de inventario, se sugiere a YNF implementar tácticas de venta de alta conversión basadas en la reducción de fricción y la creación de valor percibido.

- ***Venta de archivo con enfoque en sostenibilidad:*** Estrategia de Stock Cero para dar salida al inventario restante. Se comunicará como una oportunidad exclusiva para adquirir piezas de lujo responsable de colecciones anteriores a un precio preferencial o especial, reforzando el valor de que ninguna prenda debe quedar sin uso. Comunicación: Se sugiere publicar en historias de Instagram que la marca va a liberar el "Catálogo de Archivo" sólo para quienes estén en la lista de difusión o grupo VIP de WhatsApp.
- ***Bundling (Kits de Estilo) Upselling:*** Implementación de la venta sugerida mediante la creación de outfits completos a un precio especial. Si un pantalón cuesta \$105.900 y un top \$81.900, se sugiere ofrecerlos juntos y al adquirir el conjunto, el cliente obtiene un beneficio económico (dto 10%-12%) o un valor agregado. El cliente percibe que está ahorrando dinero y tiempo al recibir un outfit listo y ajustado a su medida.

Plan de fidelización Comunidad / Familia / Círculo de fundadoras YNF

Se propone que el modelo de fidelización de YNF se aleje del transaccionalismo tradicional para enfocarse en el ciclo de vida del producto y el sentido de pertenencia.

- ***Programa de co-creación y acceso temprano:*** se sugiere brindar beneficios permanentes, acceso prioritario a nuevos lanzamientos, descuentos especiales, y la oportunidad de participar en procesos de validación de diseño e influir en las futuras colecciones, a las clientas recurrentes, que ya han comprado antes o las que hagan parte de un círculo VIP.
- ***Servicio de reparación y mantenimiento vitalicio:*** se recomienda a la marca ofrecer a las clientas un servicio de retoque o reparación para sus prendas, en caso de que la prenda se descosa o la usuaria cambie de talla en el futuro, YNF se encarga de ajustarla por un costo simbólico o un costo que será cargado en su próxima compra. Esto está alineado con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS 12), lo que no solo garantiza la durabilidad del producto, sino que mantiene un punto de contacto constante con el cliente, fomentando la recompra.

Seguimiento post-venta

El servicio post-venta se podría fundamentar en la escucha activa y la interrupción con valor. El objetivo no es la venta inmediata de un nuevo producto o referencia, sino asegurar la satisfacción absoluta con la compra actual, garantizando que el ajuste técnico y la promesa de valor se cumplan en el uso cotidiano. Al establecer un contacto directo (llamada o mensaje vía whatsapp) en un período de 5-7 días hábiles posteriores a la entrega, se viaja por tres diferentes fases:

- ***Primera fase: Verificación.*** Confirmar si la prenda cumplió con las expectativas de talle y horma. Ejemplo: “¿Cómo sentiste el ajuste de la prenda en tu cuerpo?”
- ***Segunda fase: Valor agregado.*** En lugar de un mensaje genérico, se entrega un consejo técnico específico para la referencia adquirida. Ejemplo: “Para tu pantalón de lino, recuerda secarlo a la sombra para mantener la intensidad del color”
- ***Tercera fase: Escucha activa.*** Apertura de un canal para sugerencias o críticas constructivas sobre el diseño, la tela o la experiencia de compra

Diversificación de Ingresos: El Modelo Total Look

Para maximizar la rentabilidad y reducir la dependencia de la estacionalidad de las prendas principales, YNF adopta una estrategia de venta cruzada de alta frecuencia mediante accesorios:

- Complementos de identidad: Introducción de una línea de accesorios (hairclips, pañoletas, bolsos, joyería pequeña) que actúan como productos de entrada.
 - Valor Estratégico: Tienen un menor costo de producción, mayor rotación y permiten que clientas que no pueden costear una prenda de alta gama en un momento dado, puedan comprar un accesorio y empezar a ser parte de la comunidad YNF.
 - Táctica de Venta: Cada compra de una prenda principal incluirá la "sugerencia del accesorio ideal" para completar el look, elevando el valor del ticket promedio sin esfuerzo extra.