

Diseño de contenidos comunicacionales radiofónicos bilingües y creación de playlists para potenciar la experiencia de compra en kapella

Design of bilingual communicational radio content and creation of playlists to enhance the shopping experience at kapella

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14715916>

AUTORES:

Carlos Olmedo Barros López^{1*}
Henry David Morales Vera^{2*}
Naydelin Yanela Murillo Parrales^{3*}
Adriana Anthonella Gómez Carpio^{4*}

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: hmorales691@fcjse.utb.edu.ec

Fecha de recepción: 06 / 12 / 2024

Fecha de aceptación: 13 / 12 / 2024

RESUMEN

Diseño de contenidos comunicacionales radiofónicos bilingües publicitario y creación de Playlists para potenciar la experiencia de compra, con el propósito de mejorar la experiencia de compra en Kapella. Nuestra iniciativa se centra en la creación y difusión de contenidos radiofónicos bilingües, así como en el desarrollo de Playlists personalizadas. Estas herramientas están diseñadas con el objetivo de influir de manera positiva en la percepción de la marca Kapella e incrementar las ventas y fidelidad de los clientes. Los antecedentes de este artículo destacan la importancia histórica y actual de los medios auditivos en la promoción de marcas y la generación de experiencias memorables. Se reconoce la necesidad de innovar en la presentación de la marca Kapella para aumentar su alcance y ventas.

^{1*} Estudiante de la Carrera de Comunicación, UTB, hmorales691@fcjse.utb.edu.ec

^{2*} Estudiante de la Carrera de Comunicación, UTB, cbarros@fcjse.utb.edu.ec

^{3*} Estudiante de la Carrera de Comunicación, UTB, nmurillo@fcjse.utb.edu.ec

^{4*} Estudiante de la Carrera de Comunicación, UTB, agomez068@fcjse.utb.edu.ec

Los objetivos de esta investigación incluyen analizar la audiencia de Kapella, seleccionar música alineada con la identidad de la marca y crear Playlists temáticas para diferentes momentos y eventos. Se busca mejorar la experiencia de compra tanto en tiendas físicas como en plataformas en línea. La justificación radica en su relevancia para el crecimiento económico y social de Kapella. La implementación de medios auditivos como Playlists contribuirá a la difusión de información sobre el emprendimiento, promociones y descuentos, atrayendo a clientes potenciales y fortaleciendo la lealtad de la marca. El diseño teórico y metodológico del proyecto explora las bases teóricas de los medios de comunicación, su evolución y su impacto en la publicidad. Se consideran tanto los medios tradicionales como los digitales, destacando su importancia en la sociedad actual.

Palabras clave: Emprendimiento, Innovación, Kapella, Contenidos Comunicacionales, Playlists

ABSTRACT

Design of bilingual radio advertising content and creation of Playlists to enhance the shopping experience, to improve the shopping experience at Kapella. Our initiative focuses on the creation and dissemination of bilingual radio content, as well as the development of personalized Playlists. These tools are designed with the aim of positively influencing the perception of the Kapella brand and increasing sales and customer loyalty.

The background of this article highlights the historical and current importance of audio media in promoting brands and generating memorable experiences. The need to innovate in the presentation of the Kapella brand is recognized to increase its reach and sales.

The objectives of this research include analyzing Kapella's audience, selecting music aligned with the brand's identity and creating thematic Playlists for different moments and events. The aim is to improve the shopping experience both in physical stores and on online platforms.

The justification lies in its relevance to the economic and social growth of Kapella. The implementation of audio media such as Playlists will contribute to the dissemination of information about the business, promotions and discounts, attracting potential customers and strengthening brand loyalty. The theoretical and methodological design of the project explores the theoretical bases of the media, its evolution and its impact on advertising. Both traditional and digital media are considered, highlighting their importance in today's society.

Keywords: Entrepreneurship, Innovation, Kapella, Communicational Contents, Playlists

INTRODUCCIÓN

Este artículo se basa en diseño de contenidos comunicacionales radiofónicos bilingües publicitario y creación de playlists, para mejorar la experiencia de compra de los clientes de Kapella, una empresa dedicada a la venta de ropa al por mayor y menor. A través de la integración de playlists temáticas en tiendas físicas y plataformas en línea, se busca crear un ambiente atractivo y estimulante que resuene con la identidad y los valores de la marca.

La relevancia de este radica en la importancia de la comunicación efectiva y la conexión emocional con la audiencia, especialmente en el contexto comercial. La implementación de playlists radiofónicas bilingües no solo busca entretener a los clientes, sino también informarles sobre promociones, descuentos y nuevos productos, creando así una experiencia de compra enriquecedora y memorable. A través de un enfoque multidisciplinario que abarca la radio, la música, la publicidad y el análisis de audiencia, este proyecto busca explorar las diversas formas en que los contenidos sonoros pueden influir en el comportamiento del consumidor y fortalecer la conexión entre la marca y su audiencia.

Esta investigación no solo beneficia a Kapella al mejorar su estrategia de comunicación, sino que también ofrece información valiosa y perspectivas inspiradoras para otros emprendedores interesados en potenciar la experiencia de sus clientes a través de medios auditivos y digitales.

METODOLOGÍA

Para alcanzar los objetivos establecidos, se llevará a cabo un estudio mixto que combina métodos cuantitativos y cualitativos. Este enfoque permite obtener una visión integral del impacto de Kapella en la comunidad local y su posición en el mercado (Rus Arias y López, 2020).

Se emplearán indicios cualitativos mediante revisiones bibliográficas, documentales y análisis de estrategias de marketing. Esto proporcionará información detallada sobre la creatividad detrás de las estrategias de comunicación de Kapella y su conexión con la audiencia.

La evaluación de la presencia en redes sociales se realizará mediante enfoques cuantitativos para recopilar datos concretos sobre el alcance de Kapella en línea. Esto proporcionará una visión objetiva de cómo el emprendimiento llega a su audiencia en plataformas digitales.

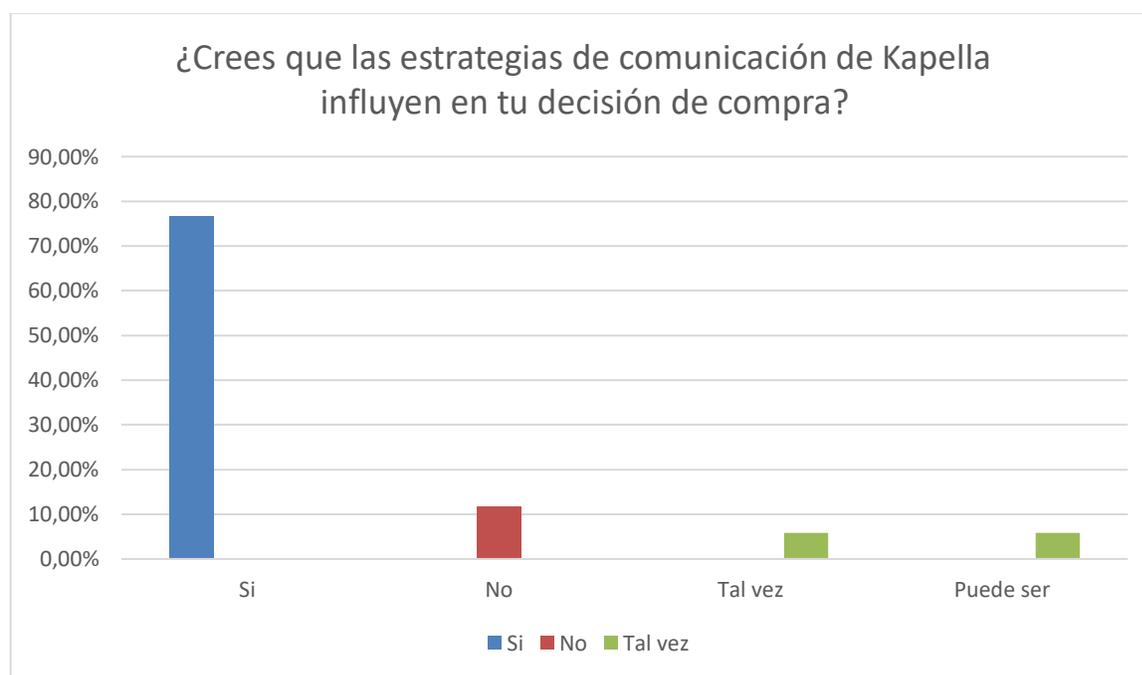
Se llevarán a cabo entrevistas en profundidad con el equipo detrás de Kapella para comprender la creatividad y lógica detrás de sus estrategias de marketing. Además, el análisis de contenido permitirá examinar la coherencia y efectividad de las estrategias de comunicación utilizadas por Kapella.

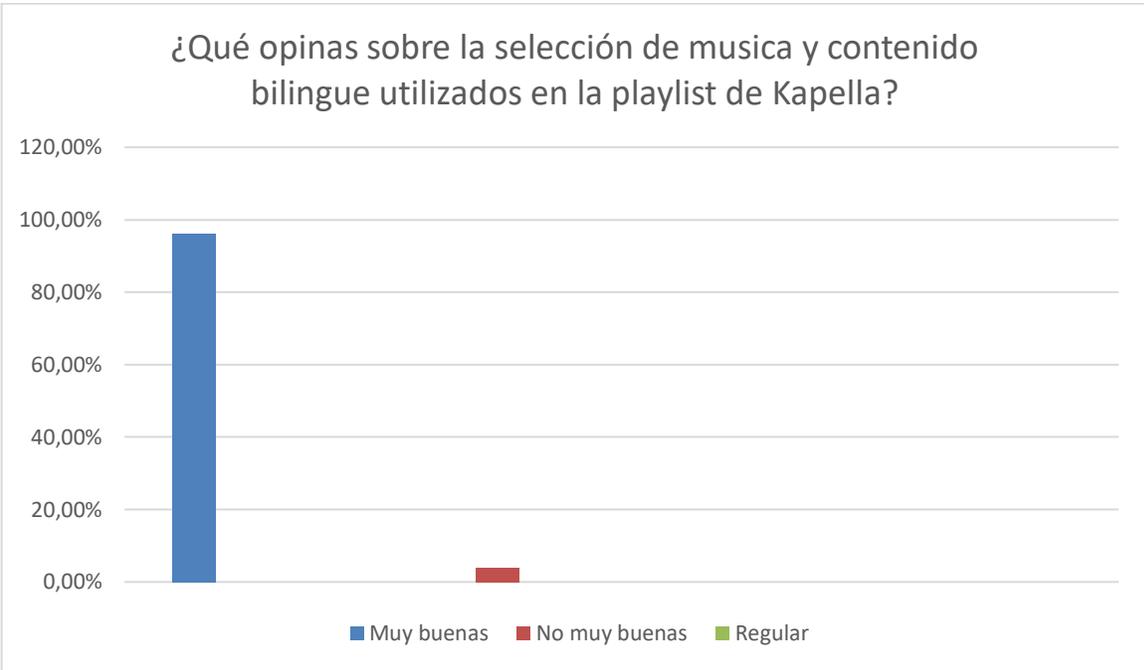
Este enfoque metodológico mixto permitirá obtener una comprensión holística de la efectividad de las estrategias de comunicación de Kapella y su impacto en la experiencia de compra de los clientes. Esto facilitará la identificación de áreas de mejora y el desarrollo de estrategias más efectivas en el futuro.

RESULTADOS

Los resultados obtenidos de las encuestas revelaron el impacto de Kapella en la comunidad local y la satisfacción del cliente con respecto a sus servicios de pedidos. Además, se discutirán las estrategias de marketing implementadas y su efectividad para atraer y retener clientes.

DISCUSIÓN





Discusión de las estrategias de marketing implementadas, su efectividad para atraer y retener clientes:

Los resultados de la investigación muestran que la estrategia de marketing de "Kapella" es muy eficaz para atraer y retener clientes. La alta frecuencia de compra y la preferencia por productos específicos demuestran que la ropa de "Kapella" satisface las necesidades de los clientes. La atención personalizada, la calidad del producto y la diversidad creativa son los principales factores a la hora de elegir Kapella.

Las estrategias de fidelización, como los programas descuentos, garantizan la participación del cliente, mientras que la experiencia general se califica positivamente, lo que indica altos niveles de satisfacción. El uso eficaz de las redes sociales permite a "Kapella" comunicarse con los clientes y mantener una comunicación estrecha, aumentando la probabilidad de repetir compras y referencias de otros clientes potenciales.

el análisis de los resultados de la encuesta muestra que las estrategias de marketing implementadas por "Kapella" atraen y retienen clientes de manera efectiva, lo que contribuye al éxito y al desarrollo sostenible del emprendimiento.

CONCLUSIONES

- Con los resultados expuestos en la presente investigación se va implementar Playlists radiofónicas bilingües en tiendas físicas y plataformas en línea representa una estrategia innovadora para mejorar la experiencia de compra de los clientes de Kapella. Este enfoque permite conectar con la audiencia de manera efectiva, alineando la identidad y los valores de la marca con las preferencias musicales de su diversa base de clientes.
- Esta investigación, han revelado el potencial significativo de los medios auditivos en la promoción de marcas y la generación de experiencias de compra memorables. La implementación de listas de reproducción temáticas y mensajes publicitarios en Kapella no solo ha enriquecido la interacción con los clientes, sino que también ha contribuido al crecimiento económico y social del emprendimiento.
- Se ha demostrado que las estrategias radiofónicas bilingües bien diseñadas y creativas han desempeñado un papel fundamental en la promoción y reconocimiento de Kapella. El uso estratégico de redes sociales y tácticas de promoción ha permitido que su alcance atraiga a una audiencia más amplia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BrandMedia. (20 de Febrero de 2023). Brandmedia.es. Obtenido de Brandmedia.es:
<https://brandmedia.es/papel-juega-la-musica-en-la-publicidad/>

Cesce. (1 de Febrero de 2018). Obtenido de Cesce: <https://www.cesce.es/es/w/asesores-de-pymes/la-radio-clave-la-gestion-comercial-marketing-las-pymes/>

Conabip. (11 de Agosto de 2015). Obtenido de Conabip:
https://www.conabip.gob.ar/sites/default/files/SINTONIZANDO_CON_EL_MEDIO.pdf

Francia, G. (26 de Octubre de 2020). Psicología-Online. Obtenido de Psicología- Online:
<https://www.psicologia-online.com/musica-y-psicologia-como-nos-influye-5282.html>

Grupo Acir. (19 de Julio de 2018). Obtenido de Grupo Acir:
<https://grupoacir.com.mx/blog/tipos-de-anuncios-en-radio/>

Guevara, H. P. (4 de Marzo de 2021). AsociacionesDEC. Obtenido de AsociacionesDEC:
<https://asociaciondec.org/blog-dec/el-valor-de-una-onda-musical-en-la-experiencia-de-cliente/47363/>

León, F. L. (12 de Febrero de 2018). Universidad de las Americas Puebla. Obtenido de Universidad de las Americas Puebla:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/pacheco_p_fl/capitulo2.pdf

Páez, F. (2022). Cincoestudios. Obtenido de Cincoestudios:
<https://cincostudios.com/caracteristicas-de-la-radio/>

Perez, M. (14 de Junio de 2023). Conceptodedefinición. Obtenido de Conceptodedefinición:
<https://conceptodefinicion.de/musica/>

Rodero, E., & Antón. (16 de Enero de 2018). ProQuest. Obtenido de ProQuest:

<https://www.proquest.com/openview/158e06b8388c3fe2acb42ed33ae0df14/1?pq-origsite=gscholar&cbl=54893>

toulouselautrec. (27 de Junio de 2023). toulouselautrec. Obtenido de toulouselautrec:

<https://www.toulouselautrec.edu.pe/blogs/impacto-musica-en-psicologia->

humana#:~:text=La%20música%20puede%20evocar%20en,las%20emociones%20y%20la%20memoria.

Firth, S. (2001). *Hacia una estética de la música popular, Las culturas musicales.*

Obtenido de Academia.edu:

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/33472558/La_musica_popular_Simon_Frith-libre.pdf?

1397547635=&response-content-

disposition=inline%3B+filename%3DHACIA_UNA_ESTETICA_DE_LA_MUSICA_P
OPU

LAR.pdf&Expires=1706486016&Signature=NKfNNzNLDgSoWSIpO75WIRopLacmr-
oIt

Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches.* Sage Publications.

Rus Arias, Enrique y López López. Investigación mixta. 1 de noviembre de 2020.

<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-mixta.html>

Perez, M. (14 de Junio de 2023). Conceptodedefinición. Obtenido de Conceptodedefinición:

<https://conceptodefinicion.de/musica/>