

ANNA BASTANTE

M

MOLESKINE®

HISTORIA

La historia de los cuadernos Moleskine se remonta a la época de los artistas y escritores del siglo XIX y principios del siglo XX. Sin embargo, la marca Moleskine en sí fue fundada en 1997, reinterpretando la tradición de los cuadernos utilizados por estos artistas. Estos cuadernos eran conocidos con el nombre de cuaderno de viaje.

Hoy en día, Moleskine es reconocido como un símbolo de calidad, estilo y creatividad. La marca continúa inspirando a artistas que han creado una comunidad entorno a la marca. Convirtiéndose en parte de la historia de la marca junto con otros artistas como Vincent van Gogh.



BENCHMARKING

DAFO

Después de hacer este estudio de la marca se ha llegado a la conclusión de que algunas cosas que se deberían mejorar o fortalecer:

INVOLUCRAR A LA COMUNIDAD

MÁS VARIEDAD E INNOVACIÓN

DEBILIDADES

Precio: Los productos de Moleskine tienden a tener un precio más alto en comparación con otros competidores.

Competencia: Existe una competencia fuerte en el mercado de cuadernos y productos de papelería.

FORTALEZAS

Reputación: Moleskine tiene reputación bien establecida como marca de calidad.

Estética: La marca Moleskine es conocida por su diseño elegante y su estética minimalista

Innovación: expansión de su línea de productos más allá de los cuadernos tradicionales.

Fidelidad de los clientes: Moleskine es una marca ha creado una comunidad en torno a su marca

AMENAZAS

Avance de la tecnología: Con el aumento de los dispositivos electrónicos y las aplicaciones digitales, existe la amenaza de que los consumidores opten por herramientas y soluciones digitales.

Imitaciones y falsificaciones: Moleskine ha logrado un gran reconocimiento de marca y ha sido objeto de imitaciones.

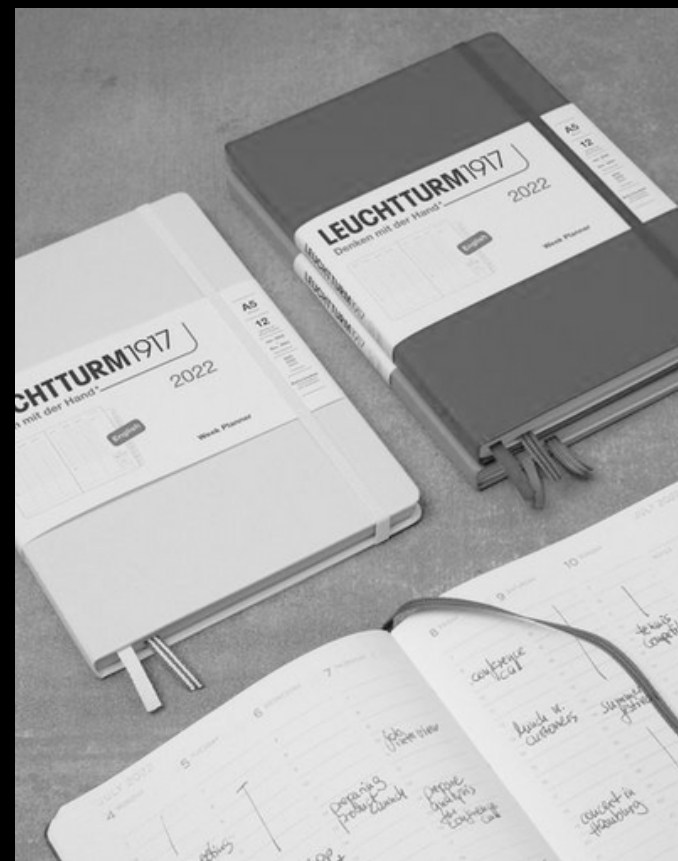
OPORTUNIDADES

Expansión en el mercado digital: Moleskine puede aprovechar la creciente demanda de soluciones digitales con la organización y la creatividad.

Colaboraciones: Moleskine ha colaborado con artistas, diseñadores y marcas reconocidas

Enfoque en la sostenibilidad

COMPETIDORES



Leuchtturm 1917



Rhodia



Paperblanks

VENTAJAS

Después de estudiar a los principales competidores, podemos llegar a la conclusión que la marca Moleskine destaca sobre otras del mercado de la papelería por varias razones:

REPUTACIÓN

VARIEDAD

INNOVACIÓN

COMUNIDAD

DISEÑO Y CALIDAD



PÚBLICO OBJETIVO

JUAN PÉREZ

Nombre: Juan Pérez

Edad: 27 años

Ocupación: Fotógrafo

Estado civil: Soltero

Relación con la marca: Juan es un fotógrafo apasionado por los viajes y la aventura. Los cuadernos Moleskine son su compañero de viaje, ya que le permiten documentar sus experiencias, tomar notas sobre los lugares que visita y plasmar sus ideas creativas.

Juan valora la durabilidad de los cuadernos Moleskine, ya que deben resistir las condiciones inesperadas de los viajes y las aventuras al aire libre. Le gusta el papel de alta calidad que ofrece Moleskine, que permite que sus dibujos y escritos se vean nítidos y definidos. Además, utiliza los bolsillos y las cintas marcadoras de los cuadernos Moleskine para guardar tickets y otros recuerdos de sus viajes.

Un día en su vida: Juan es un fotógrafo y su horario va cambiando según los eventos o los proyectos que le vayan ofreciendo, pero siempre antes de ir a trabajar, dedica un tiempo a salir a correr. Cuando vuelve a su casa desayuna y se prepara para trabajar.

Cuando llega a casa después de su día de trabajo dedica dos horas a preparar su siguiente viaje, y todo lo deja anotado en su cuaderno Moleskine, el cuaderno que le va a acompañar en su siguiente aventura.

Después se hace la cena mientras escucha música y cena a las 9. Después se tumba en la cama revisa las redes sociales y se toma un tiempo para meditar, hasta que se queda dormido.





CLARA GÓMEZ

Nombre: Clara Gómez

Edad: 32 años

Ocupación: Diseñadora Gráfica

Estado Civil: Con pareja

Relación con la marca: Clara es una diseñadora gráfica apasionada por la creatividad y el diseño. Trabaja en una agencia de publicidad y utiliza los cuadernos Moleskine para tomar notas, hacer bocetos y organizar sus ideas. Le encanta la estética elegante y minimalista de Moleskine y la durabilidad de los cuadernos. Clara busca productos de alta calidad que le permitan expresar su creatividad y mantenerse organizada en su trabajo. Es seguidora de la marca desde hace algunos años y desde ese momento solo compra productos Moleskine le gusta coleccionar distintos diseños de la marca.

Un día en su vida: Clara se despierta a las 7 de la mañana, desayuna con su novio y se va a la oficina. Allí tiene varias reuniones a primera hora para saber los avances que han hecho en sus proyectos, y después continúa avanzando con sus diseños en la oficina. A las 2 hace un descanso de media hora para comer en la cafetería de la empresa y después sigue con su trabajo. A las 5 acaba su jornada laboral, y vuelve a casa. Su novio todavía no ha llegado del trabajo y ella es la encargada de dar un paseo al perro durante una hora, así ella también se despeja del largo día de trabajo. A las 6:30/7 vuelve a casa después del paseo, coje su cuaderno y hace algún boceto rápido, hasta que llega su novio y cenan juntos mientras ven alguna serie. A las 11 se mete a la cama, revisa las redes sociales y se duerme.

CAMPAÑA

NOS IMPORTA

NUESTRA

COMUNIDAD

INSIGH



**TODOS PODEMOS FORMAR
PARTE DE LA HISTORIA DE
MOLESKINE**

CONCEPTO



TODOS SOMOS

MOLESKINE

CLAIM



LEAVE YOUR

MARK

ACCIÓN OFFLINE

En 2019 Moleskine lanzó una campaña publicitaria únicamente en México con el hashtag #EverythingStartsInAMoleskine. Durante esta campaña, un total de 13 artistas de México y otros países participaron en la creación de arte callejero.

Esta campaña tuvo gran repercusión para la marca, pero solo se hizo en México, es por eso que se ha decidido combinar la idea inicial de esa campaña, haciendo más partícipe a los clientes y a la comunidad de Moleskine de todo el mundo.



#EVERYTHINGSTARTSINAMOLESKINE

La campaña consiste en coger el concepto de los libros de viaje y de que todo el mundo puede pertenecer a esta comunidad. Con ese concepto se colocarían varios murales blancos con una ilustración de un cuaderno Moleskin. Estos murales estarían distribuidos por distintos puntos de todo el mundo cerca de grandes monumentos.

Ese mural se convertirá en un lienzo en blanco para que personas de todo el mundo se acerquen a los distintos puntos y dejen su huella con una pequeña ilustración o una frase.



Cada 31 de diciembre se fotografiarán los murales y se creará una edición limitada compuesta por las ilustraciones que se han ido dejando a lo largo del año. El resultado de esta colección será un cuaderno por cada mural, así las personas verán sus ilustraciones en la portada de sus cuadernos Moleskine y formarán parte de la historia de la marca.



**ESTA CAMPAÑA TIENE LA POSIBILIDAD DE ALARGARSE EN EL TIEMPO,
HACIENDO UNA EDICIÓN LIMITADA DE LOS MURALES CADA AÑO.**

ACCIÓN ONLINE

¡SACATE UNA FOTO!

Para esta campaña se crearía el hashtag #LeaveYourMark con la que los usuarios podrán compartir las ilustraciones o las frases que se han dejado en los murales. Además, la marca haría un sorteo donde el premio sería poder personalizar tu cuaderno Moleskine. Para participar, además de seguir a la cuenta de la marca, se tendrían que fotografiar en uno de los murales, etiquetar a la marca y poner el hashtag. Todo esto provocaría que la campaña offline se hiciera más conocida, la gente visitaría los murales y así podría aumentar el valor de marca.



#LeaveYourMark

GRACIAS