

Evaluación de Marketing y Estrategia comercial

1. 30% Campañas de marketing (paid)

Función: **generar demanda artificial y validación rápida**

No es branding, es adquisición medible.

Canales clave:

- Meta Ads (Instagram principalmente)
- TikTok Ads (descubrimiento y viralidad)
- Google Ads (búsqueda directa de eventos / entradas)

Enfoque correcto:

- Creatividades centradas en **FOMO + utilidad inmediata**
- No vender SpotX → vender **“quién va esta noche”, “evita colas”, “conoce gente antes de salir”**

KPIs:

- CAC usuario
- Coste por instalación
- % activación (registro + uso real)
- Coste por evento lleno

Riesgo:

Si no hay densidad de usuarios o locales → el paid no convierte. Este canal depende de los otros.

2. 30% Orgánico

Función: **generar narrativa + prueba social + viralidad estructural**

Esto es lo que construye marca.

Piezas clave:

- Contenido en discotecas reales (no estudio)
- Clips de interacción social real (matches, barra rápida, ambiente)
- POV de usuario (“entro, veo quién está, reacciono, quedo”)

Plataformas:

- TikTok (principal)
- Instagram Reels

Palancas:

- DJs usando SpotX
- Gente conocida en Vigo (microinfluencers reales de noche)
- Contenido repetible cada finde

KPIs:

- Visualizaciones → CTR → descargas
- % contenido reutilizable
- Crecimiento orgánico semanal

Riesgo:

Si el producto no genera momentos “grabables”, este canal muere.

3. 20% Spoters (fuerza comercial)

Función: **cerrar oferta (supply side)**

Esto es crítico. Sin locales no hay producto.

Qué hacen realmente:

- Captación directa de discotecas
- Negociación con dueños
- Implantación inicial (setup eventos, onboarding staff)

Perfil correcto:

- Gente de la noche, no comerciales clásicos
- Con acceso a dueños, RRPP, DJs

Modelo:

- Comisión por local activo + volumen generado
- No solo por cerrar, sino por **uso real**

KPIs:

- Nº locales activos (no firmados, activos)
- Eventos publicados
- Ingresos por local
- Retención de locales

4. 20% SpoTalks + SpotX MeetUps

Función: **posicionamiento + autoridad + cierre indirecto**

Esto es lo más diferencial de todo tu planteamiento. Bien ejecutado, convierte SpotX en:

- estándar del sector
- punto de encuentro
- marca con poder

Formato correcto:

- No evento genérico → evento **de industria**
- Dueños, promotores, DJs, marcas, inversores

Contenido:

- Datos reales del sector (ventas, comportamiento usuarios)
- Casos de éxito (ej: discoteca Deseo usando SpotX)
- Producto: demos en vivo

Efecto real:

- Reduce fricción comercial
- Genera FOMO empresarial ("todos están entrando")
- Eleva percepción de valor → más fácil cobrar y negociar

KPIs:

- Asistencia cualificada (no volumen)
- N° leads B2B generados
- Conversión post-evento
- N° acuerdos cerrados en networking

Riesgo:

Si no hay nivel → se convierte en evento vacío sin impacto.