

UDS

Mi Universidad

Nombre del Alumno: María José Albores

Nombre del tema: Análisis de la marca DIOR

Nombre de la materia: Diseño digital

Nombre del profesor: Lic. María Fernanda Monserrat Campos Román

Nombre de la licenciatura: Diseño gráfico

Cuatrimestre: 2

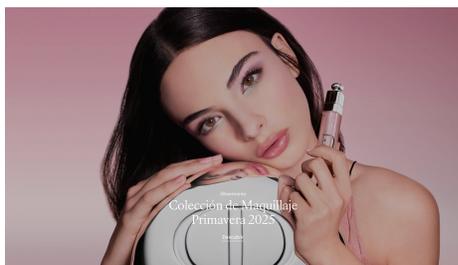
Lugar y fecha de elaboración: 25 de marzo de 2025

Informe de la marca

DIOR

¿Cómo construyen su identidad y personalidad de marca?

Dior ha consolidado su identidad como sinónimo de lujo, elegancia y sofisticación. La marca se destaca por su capacidad para fusionar tradición y modernidad, manteniendo su herencia mientras innova en sus diseños y estrategias de marketing. La narrativa de Dior se centra en la exclusividad y la artesanía, valores que se reflejan consistentemente en sus campañas publicitarias y colaboraciones con figuras influyentes del mundo de la moda y el entretenimiento.



¿Qué estrategias utilizan en redes sociales?

Dior utiliza las redes sociales para conectar directamente con su audiencia global, compartiendo contenido exclusivo como transmisiones en vivo de desfiles y campañas interactivas. Esta estrategia amplía su alcance y permite una comunicación inmediata con sus seguidores. Por ejemplo, en su cuenta principal de Instagram, que cuenta con más de 42 millones de seguidores, Dior comparte una mezcla de contenido que abarca desde moda hasta perfumes y maquillaje, manteniendo una presencia activa y diversa en la plataforma. En tik tok para el lanzamiento de sus nuevos productos sobre labiales, utiliza fondos animados que sean realistas y utilizan intros de canciones que mantienen una tendencia para causar intriga y querer saber más sobre ellos.

¿Cómo diseñan su página web y experiencia de usuario?

El sitio web de Dior está diseñado para ofrecer una experiencia de usuario intuitiva y atractiva. Esta dividida en 2 partes una es de moda y accesorios y la otra es sobre perfumes y belleza. Presenta una navegación sencilla, con un diseño limpio y estéticamente agradable que refleja la identidad de la marca. La página se adapta a diferentes dispositivos, lo que garantiza una experiencia consistente para todos los usuarios. Además, la velocidad de carga es rápida, lo que mejora la satisfacción del cliente y disminuye la tasa de rebote.

¿Cómo miden su impacto y adaptan su contenido?

Dior mide su impacto digital a través de diversas métricas, como el engagement en redes sociales, el tráfico web y las tasas de conversión. La marca analiza estos datos para adaptar su contenido y estrategias, asegurando que se alineen con las preferencias y comportamientos de su audiencia. Por ejemplo, Dior ha implementado campañas de marketing emocional y experiencias personalizadas tanto en tiendas físicas como en línea para atraer y retener clientes, demostrando su capacidad para adaptarse a las tendencias del mercado y las necesidades de los consumidores.

