



AGENCIA  
APAPACHO

# TINDER

# SAN VALENTÍN 2023

# ÍNDICE

- 1 INVESTIGACIÓN
- 2 SEGMENTACIÓN
- 3 ANÁLISIS DAFO
- 4 ESTRATEGIA
- 5 CREATIVIDADES Y JUSTIFICACIÓN
- 6 PLANIFICACIÓN

# EQUIPO



**SOFÍA  
ESCARDA**

DIRECTORA DE  
PROYECTO



**GEMA  
PALOMAR**

DIRECTORA DE  
ARTE

# 1. INVESTIGACIÓN

- 1.1** Investigación sobre la plataforma
- 1.2** Competencia
- 1.3** Estudio del sector, entorno, tendencias y legislación



# INVESTIGACIÓN SOBRE LA PLATAFORMA

- Desde el 12 de septiembre de 2012.
- Campus de una Universidad del Sur de California.
- 3 mil millones de matches.
- Disponible en 190 países y en más de 40 idiomas.
- Gratuita, pero tiene 4 niveles de suscripción:
  1. *Tinder normal*
  2. *Tinder Plus*
  3. *Tinder Gold*
  4. *Tinder Platinum*

# COMPETENCIA

Aplicaciones con **funciones similares:**

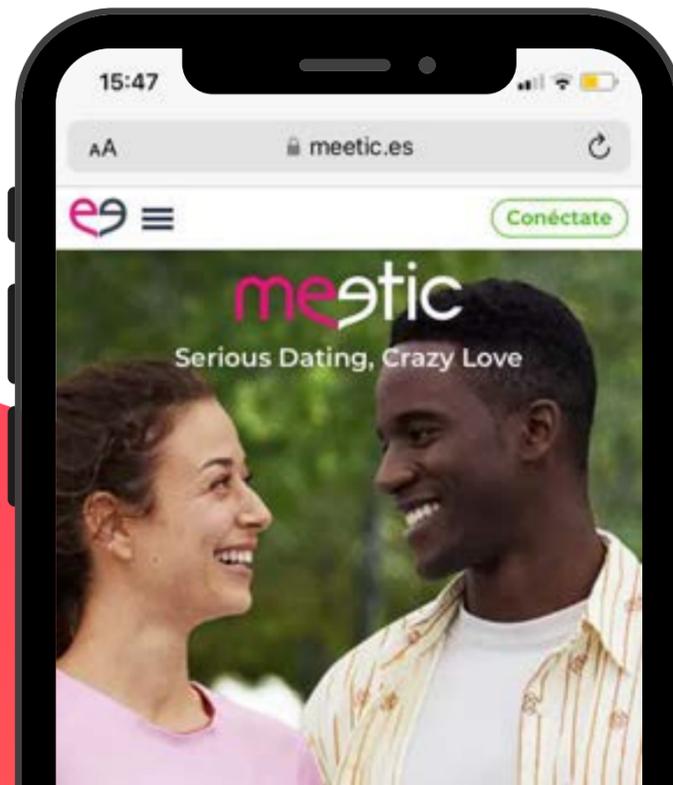
Meetic, Happn, Bumble, LOVOO, Badoo y AdoptaUnTio.

**Panorama nacional:** Meetic, eDarling y Grinder.

Buenas opiniones  
26-40 años  
Solo 3 días gratuitos

Test de personalidad  
Relaciones serias y duraderas  
Servicio premium más caro

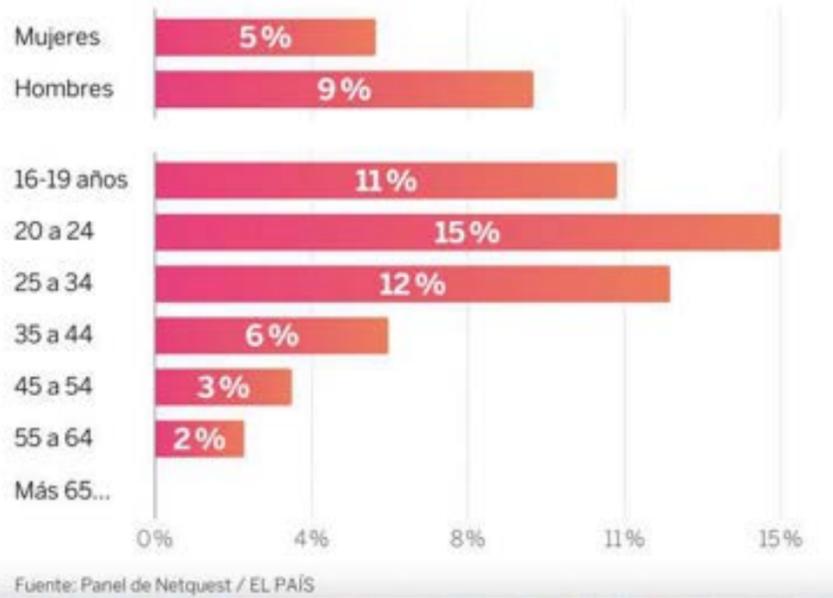
Relaciones  
homosexuales y  
bisexuales



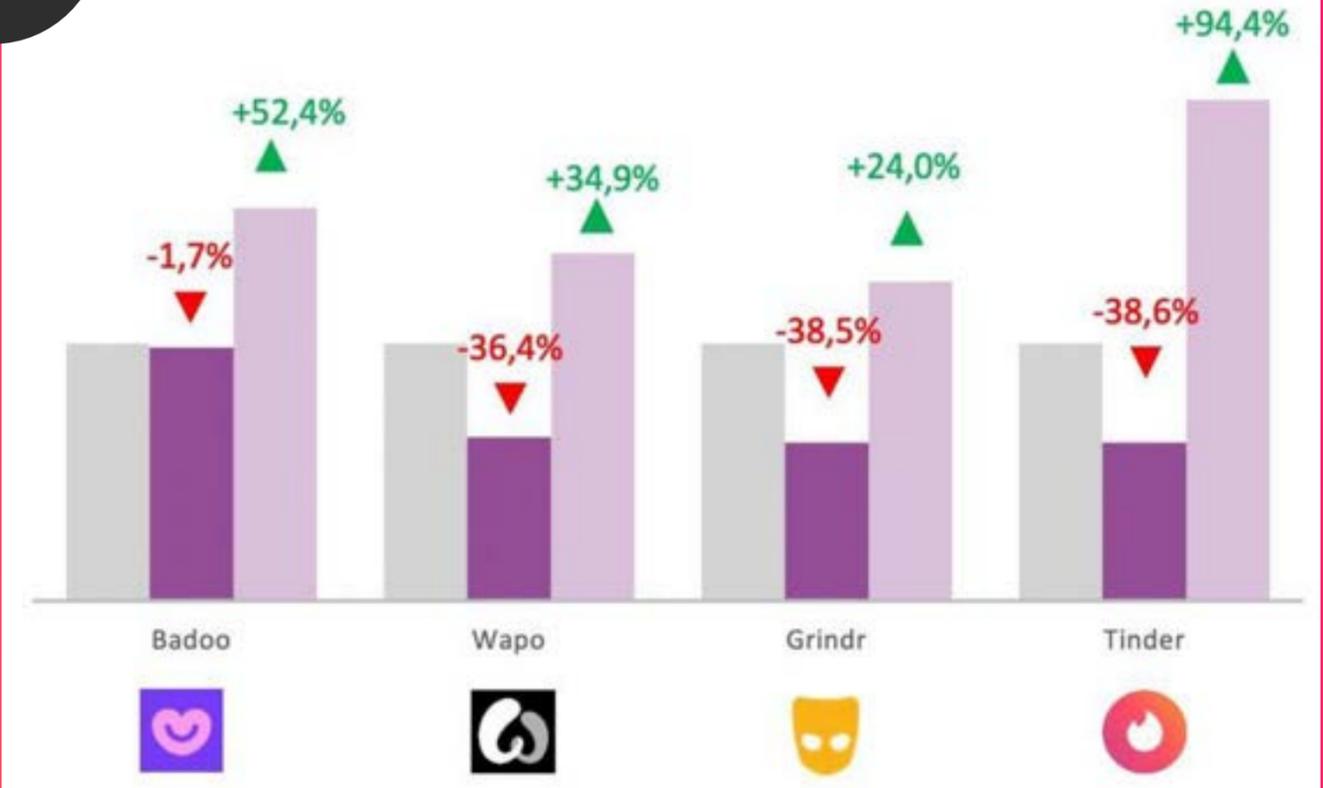
# 1 ESTUDIO DEL SECTOR

## Los usuarios de Tinder

Estimación del porcentaje de españoles que tienen la aplicación instalada en su móvil



# 2 ENTORNO



# 3 TENDENCIAS

- Como una app más donde poder entretenerse y conocer gente nueva.
- El sentimiento de soledad y necesidad de expresar la sexualidad.

# 4 LEGISLACIÓN

Aceptación, elegibilidad, cuenta del usuario, modificación de servicios y cancelación, seguridad, derechos, reglas, compras dentro de la app, derechos de autor, descargos, limitación de responsabilidad, arbitraje, legislación aplicable e indemnización.

## 2. SEGMENTACIÓN

**2.1** Públicos a los que se dirige

**2.1** Target del Brief

# SEGMENTACIÓN



## Públicos a los que se dirige

- Target demographic específico: Solteros y personas que se encuentran buscando una cita.
- Segmentación psicográfica cobra mayor relevancia: cada vez se dirige más al encuentro entre personas afines en gustos, valores o hobbies.
- Criterio geográfico: disponible en 190 países de todo el mundo y en 40 idiomas.



## Target del Brief

- Geográfica: España
- Demográfica por sexo: Mujeres y hombres.
- Demográfica por estado civil: Solteros.
- Demográfica por edad: 20 a 35 años.
- Psicográfica por orientación sexual: Todo tipo .
- Psicográfica por intereses: Gente que está buscando el amor, que busca una pareja, que no quiere nada serio, que solo lo tiene por ver si ve algún conocido, para conocer gente en su nueva ciudad, etcétera. Gente soltera que no se encuentra agusto con San Valentín.

## 3. ANÁLISIS DAFO

**3.1** Debilidades

**3.2** Amenazas

**3.3** Fortalezas

**3.4** Oportunidades

# ANÁLISIS DAFO

## DEBILIDADES

- Se puede crear falsas expectativas de lo que es realmente la persona, tiende a idealizarse.
- Tiene un límite de publicaciones.
- Aporta una información reducida.

## AMENAZAS

- Entrada de nuevos competidores (*meetic, darling*).
- Covid-19.
- Crecimiento de apps de citas de pago.

- Es fácil conocer gente nueva.
- Permite entablar un "tú a tú".
- Te asegura que la persona con la que quedas es real, a diferencia de otras apps.
- Verificación.

- Expandir tus rangos de amistad.
- Probar cosas diferentes.
- Otros planes distintos a la hora de tener citas.

## FORTALEZAS

## OPORTUNIDADES

## 4. ESTRATEGIA

4.1 Objetivos principales

4.2 Medios y formatos  
ATL/BTL

4. Segmentación/target

3

4. Insight

3

# OBJETIVOS PRINCIPALES

- Mejorar la percepción del día de San Valentín para los solteros.
- Destacar por encima de las marcas que hablan del amor en pareja en San Valentín 2023.
- Seguir siendo la app de citas N°1 en España para los jóvenes.

# MEDIOS Y FORMATOS

## Medios ATL



## Medios BTL



# SEGMENTACIÓN/ TARGET

- Geográfica: España
- Demográfica por sexo: Mujeres y hombres.
- Demográfica por estado civil: Solteros.
- Demográfica por edad: 20 a 35 años.
- Psicográfica por orientación sexual: Todo tipo.
- Psicográfica por intereses: Gente soltera que no se encuentra agusto con San Valentín.

## MENSAJE PRINCIPAL

El insight de nuestra campaña es que, para todos aquellos que no celebren una fiesta tan señalada como es San Valentín ni tampoco quieran pasarlo solos sentimentalmente (San Solterín). Desde Tinder, la mejor app de citas de España, se crea un nuevo concepto: San Tinderín, que aúna las dos fechas anteriores.

# 5. CREATIVIDAD

**1.1** Mensaje principal

**1.2** Claim

**1.3** Imagen principal

**1.4** Creatividades y  
justificación

## MENSAJE PRINCIPAL

San Valentín + San Solterín + Tinder

=

**san tinderín**



**IMAGEN  
PRINCIPAL**

**san tinderín**



#FD297B

#FF655B

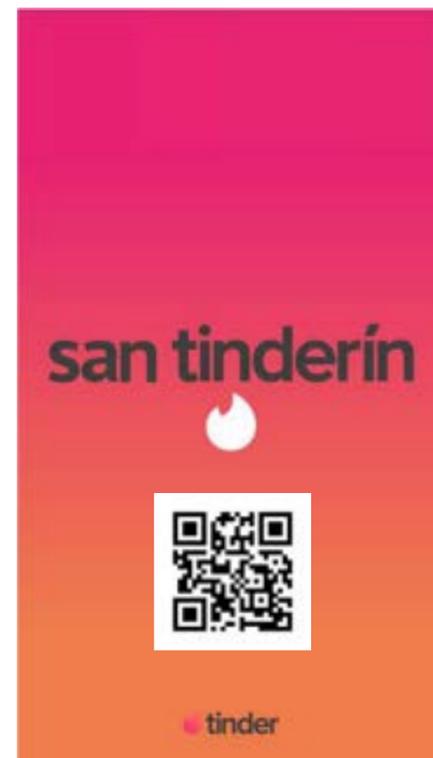
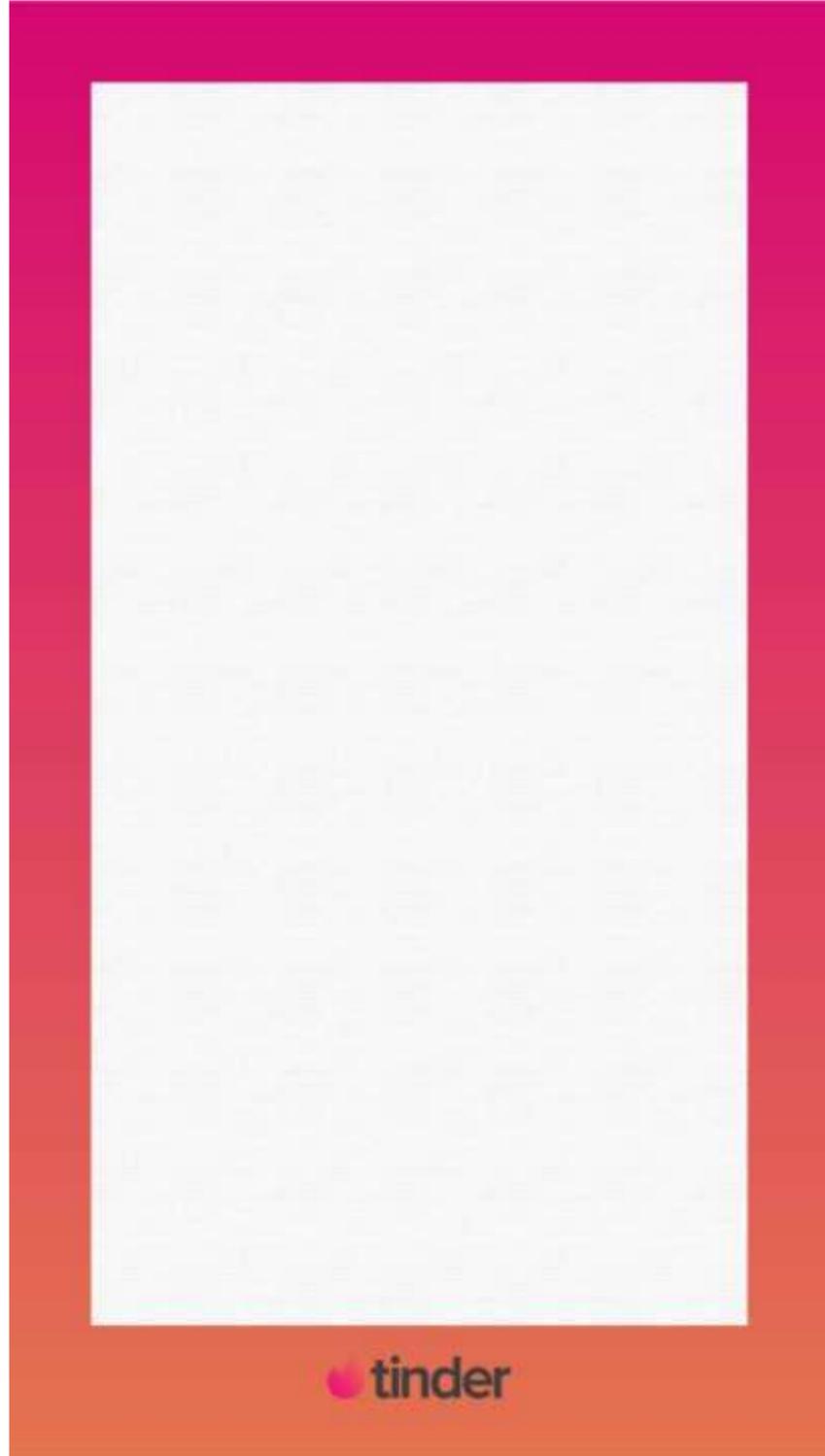
# CREATIVIDADES Y JUSTIFICACIÓN

# CARTELERÍA





# MUPIS DIGITALES



**Un nuevo concepto...**

# SAN TINDERÍN BOX



*Buenas días Marta!*

*Si buscas en internet que es Tinder, te aparece que la primera app para ligar.  
Si buscas en internet que es el 14 de Febrero, te aparece que el día de los enamorados.  
Sabemos que muchas de vosotras queréis celebrar San Solterín.  
PEEEEEERO lo importante aquí es hacer honor a TODOS los tipos DE AMOR.  
Por eso, nosotros hemos querido bautizar este día como*

**SAN TINDERÍN.**

*El equipo de Tinder ha querido enviarte un regalillo por este día tan especial,  
porque sabemos que lo verdadero amor es el café recién hecho por las mañ*

*¡Esperamos que te guste!*

tinder



# 6. PLANIFICACIÓN

1.1 Timing

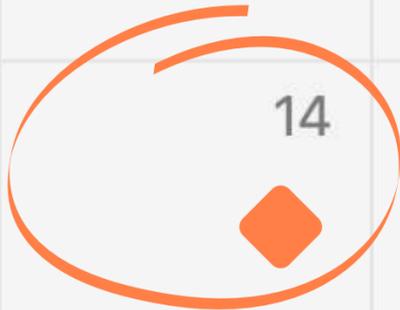
1.2 Presupuesto

# TIMING

---

 **CARTELERÍA**

26	27	28	29	30	31	1 ene
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29



# TIMING



30	31	1 feb	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19

The table shows a calendar grid for February. The dates 1, 6, and 13 are circled in orange, pink, and red respectively, corresponding to the markers in the timeline above. The dates 4, 5, 11, 12, 18, and 19 are shaded grey.

# PRESUPUESTO

**1**

Mupis digitales

- 200 Mupis = 32.000€

**2**

Cartelería

- 500 impresiones tamaño A3 = 500€

**3**

Spot

- Edición = 400€
- Producción = 18.500 €

**4**

San Tinderín Box

- Taza de café @riumbaumarta= 5 €
- Juguete para animales @michenlo = 5€
- Kit esmalte @teresa\_sanz = 5€
- Pesa ejercicio @fittcoco = 5€

**TOTAL = 51.020 €**

**¡MUCHAS  
GRACIAS!**

