



CONTENIDO

HISTORIA DE LA MARCA

PALABRAS CLAVE

IDENTIDAD DE MARCA

VALORES DE MARCA

TARGET PERSONA

APLICACIÓN DE LA MARCA



HISTORIA DE LA MARCA

Bienvenidos a Magic Women, Soy Elizabeth Bravo, la creadora de esta marca que no solo comercializa productos para el cuidado personal, sino que también representa un símbolo de empoderamiento, amor propio y renacimiento.

Este viaje comenzó en un momento crucial de mi vida, donde me sumergí tan profundamente en el mundo profesional que descuidé mi bienestar personal y mi salud mental sufrí las consecuencias. Me vi obligada a tomar decisiones difíciles que me permitieron descubrir una nueva faceta de mí misma: una mujer fuerte, resiliente y llena de potencial. Entendí que el autocuidado y la belleza va más allá de lo que se refleja en un espejo; es un estado de ánimo, una actitud hacia la vida.

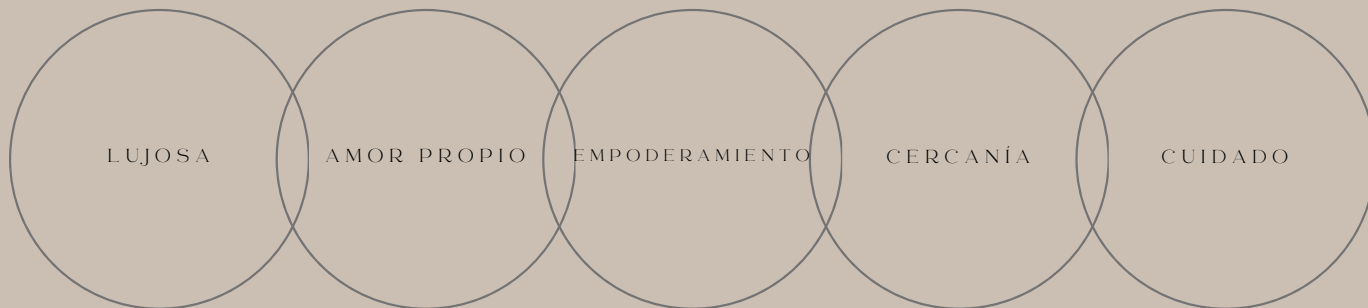
Así nació Magic Women, no solo como una marca de productos de alta calidad, sino como un faro de esperanza y transformación para todas las mujeres que buscan reconectar con su poder interior. Nuestros productos son herramientas de autoexpresión y autodescubrimiento. Cada producto está inspirado en la esencia de las mujeres ocupadas, entendiendo el trasfondo de esa palabra, como la mujer que tiene tiempo para todo, pero no para ella misma. Nuestras formulaciones están cuidadosamente diseñadas para nutrir el cuerpo y el alma, ingredientes de origen ético que respetan el planeta y resultados que trascienden lo superficial. Desde su rápida absorción hasta su textura sedosa, cada producto es un recordatorio de que mereces lo mejor en tu vida.

Pero más allá de los productos, Magic Women es una comunidad de mujeres que se apoyan mutuamente en su viaje hacia la plenitud. Nos elevamos juntas, compartiendo historias de fortaleza, superación y éxito. Porque creemos en el poder de la sororidad y la unión en la búsqueda de nuestros sueños más profundos.

Así que únete a nosotros en este viaje hacia la magia interior. Juntas, podemos conquistar cualquier desafío, superar cualquier obstáculo y brillar con la luz de nuestra autenticidad. Porque cada mujer es un ser extraordinario, capaz de transformar su vida y el mundo que la rodea. ¡Eres mágica, eres una Magic Women!



PALABRAS CLAVE MAGIC WOMEN





Sobre la Identidad

Una identidad clásica y minimalista. Una combinación entre diferentes recursos y elementos visuales que apoyan nuestro concepto de poder, éxito y fortaleza, sin dejar de lado la energía femenina. Una marca que transmite y refleja por medio de su imagen, la magia que te habita por el simple hecho de ser mujer.

Los valores de marca son los principios que definen a Magic Women y los cuales están muy asociados con su propósito. A través de estos valores se consigue crear vínculos con cualquier persona que haga parte de nuestra comunidad; público objetivo, clientes mayoristas, colaboradores y proveedores.

Son atributos que influyen en nuestra misión y visión de marca.



ORIENTACIÓN LARGO PLAZO

EFICIENCIA EN TIEMPO

ADAPTABILIDAD

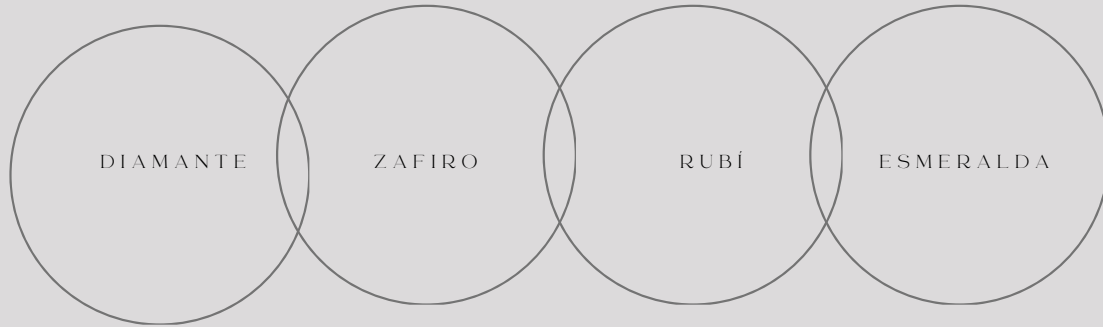
RESPECTO

INNOVACIÓN CONTINUA

SOSTENIBILIDAD

COMUNIDAD

LINEAS



DIAMANTE

Productos de Skincare individuales y en Kit para el cuidado integral de la piel:

Vitamina C. Tratamiento nutritivo con probióticos, Bioretinol, Niacinamida, Ácido Hialurónico. Crema hidratante día. Crema hidratante noche. desmaquillante sólido. contorno de ojos.

ZAFIRO

Línea capilar:

Shampoo, Acondicionador y Termoprotector enfocado en el fortalecimiento

RUBÍ

Línea corporal:

Mantequilla corporal y bronceador.

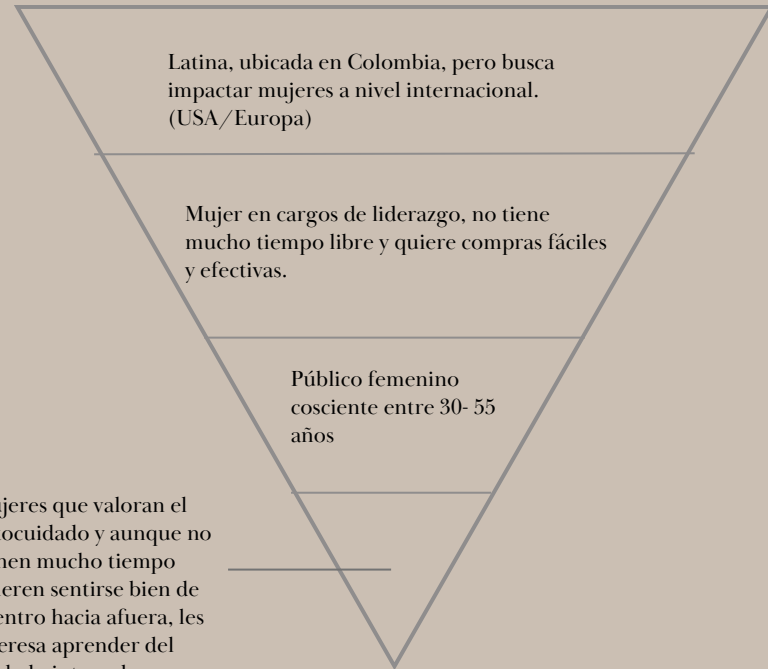
ESMERALDA

Línea bienestar y empoderamiento femenino a través de eventos de empleabilidad consciente y cuidado personal con la imagen de nuestra marca. Viena Ruiz.

TARGET PERSONA

Magic Women tiene un público objetivo entre los 30- 55 años, mujeres ejecutivas y empresarias , que tengan poder adquisitivo y poco tiempo para invertir en su cuidado. En este segmento no solo encontramos personas que les gusta cuidarse, sino que les interesa aprender a hacerlo, y que no dudan en comprar productos de calidad

Mujeres enamoradas de su estilo de vida, de su entorno, que valoran el autocuidado y la salud, no solo les importa verse sino sentirse bien.



Cliente ideal 1



NOMBRE

Andrea

OCUPACIÓN

Directora Financiera/ Área tecnología

EDAD

42 años

PERSONALIDAD

Andrea Gómez es una directora financiera en una empresa de tecnología emergente en Bogotá. Ha ascendido rápidamente en su carrera gracias a su aguda visión financiera y de liderazgo.

HOBBIES/ INTERESES

Andrea disfruta de la lectura de libros de desarrollo personal y finanzas, practica yoga para mantener su bienestar mental y físico, y tiene un interés especial en la tecnología de bienestar. Valora la eficiencia y la efectividad tanto en su vida profesional como personal.

Cliente ideal



PUNTOS DE DOLOR Y DESAFÍOS

Lucha con el equilibrio entre su vida laboral y personal y, a menudo, sacrifica su tiempo de autocuidado por su trabajo. Además, enfrenta estereotipos de género en un campo dominado por hombres.

INTERACCIÓN CON PRODUCTO

Busca productos de cuidado de la piel que se alineen con su estilo de vida ocupado, preferiblemente aquellos que ofrezcan resultados rápidos y notorios. Le atraen las marcas que comunican un mensaje de empoderamiento y que tienen un impacto social positivo.

Cliente ideal 2



NOMBRE

Sofía

OCUPACIÓN

Ejecutiva de Marketing

EDAD

35 años

PERSONALIDAD

Sofía Castillo lidera el departamento de marketing en una agencia publicitaria en Medellín. Su creatividad y estrategias innovadoras la han establecido como una líder en su campo.

HOBBIES/ INTERESES

Sofía es una entusiasta del arte moderno y le encanta asistir a exposiciones. Participa en maratones y tiene un blog de estilo de vida donde comparte sus experiencias con sus seguidores.

Cliente ideal



PUNTOS DE DOLOR Y DESAFÍOS

A menudo se encuentra con la presión de mantener una imagen pública impecable y lucha contra el prejuicio de que las mujeres deben sacrificar su feminidad por el profesionalismo.

INTERACCIÓN CON PRODUCTO

Prefiere productos de Skincare premium que reflejen su estatus y complementen su imagen pública. Está interesada en productos con envases elegantes y que puedan ser aplicados rápidamente entre eventos.

Cliente ideal 3



NOMBRE

Carmen

OCUPACIÓN

CEO empresa caleña/ Madre

EDAD

50 años

PERSONALIDAD

Carmen Ruiz es la CEO de una compañía de importación y exportación en Cali. Viuda y madre de un adolescente, Ha superado grandes desafíos para llegar a donde está hoy.

HOBBIES/ INTERESES

Carmen disfruta de la jardinería y de cocinar platos Gourmet en casa. Se mantiene informada sobre temas de liderazgo femenino y sostenibilidad. Valora el tiempo en familia sobre todas las cosas.

Cliente ideal



PUNTOS DE DOLOR Y DESAFÍOS

Se enfrenta a la dobl jornada de ser líder en su empresa y ser madre soltera.

Encuentra difícil tomar tiempo para sí misma sin sentirse juzgada por otros.

INTERACCIÓN CON PRODUCTO

Carmen busca productos de cuidado de la piel que le ofrezcan un momento de indulgencia en su ajetreada vida. Se inclina por marcas que apoyen causas de mujeres y promueven el balance entre la vida laboral y personal.

VIENA RUIZ

Viena Ruiz, una mujer multifacética que ha sabido enfrentar varios retos durante su vida. Ha conquistado el mundo del periodismo, la maternidad y ahora brilla como presentadora a sus 56 años. Su historia de resiliencia la hace el avatar ideal para nuestra marca, ya que refleja la fuerza, la elegancia y la determinación que buscamos inspirar en nuestros clientes.



Melisa Peláez

- Health Coach en bienestar y calidad de vida.
- 244 mil seguidores en Instagram.
- Tenemos exclusividad para la promoción de productos de Skincare



Athenea Futbol Club

- Equipo de fútbol femenino competitivo.
- 60,7 mil seguidores en Instagram.
- Magic Women patrocina el equipo a través de los uniformes de presentación.
- Promoción de la marca a través del equipo y sus deportistas.





Participación en Stand #AM79 tipo isla ubicado en el pabellón amarillo de plaza mayor en Medellín e inscripción activa en la rueda de negocios . Presencia de Viena Ruiz uno de los días de la feria y el Stand cuenta con Urna de premios donde se pueden involucrar diferentes marcas y emprendimientos.

Junio 20, 21, 22 y 23 de 2024.



Círculo de Mujeres, la iniciativa del Grupo Semana para potenciar y maximizar el impacto femenino en la sociedad.

El Círculo de Mujeres SEMANA Y Dinero, está diseñado para crear una red de líderes femeninas del sector empresarial. El objetivo: incrementar su visibilidad pública, maximizar su impacto en la sociedad al alcanzar mayor proyección e influencia, así como fortalecer sus redes de apoyo.

Se buscó dar un toque clásico y elegante, a través de trazos fluidos y colores neutros. los elementos gráficos siempre transmitirán ese toque humano y natural que busca reflejar la marca. En cuanto al color, la paleta de colores nos conectará con el poder, la fortaleza interior y la magia de ser mujer líder..

Los colores que representan la identidad de Magic Women están inspirados en elementos que denotan fuerza, éxito y poder sin perder la delicadeza femenna.



NEGRO

Elegante. poder..

BLANCO SEDA

Simplicidad. equilibrio.



CENIZA

Seguridad.modestia..

GRIS

Elegante.calma.

GRIS ARCILLA

Neutral. orgánico.

ARENA

Tierra. neutral

CHOCOLATE

Océano.equilibrio. armonia.

Cuidado integral y empoderamiento femenino en el mismo lugar !

LA MAGIA DE Ser Mujer!





WWW.MAGICWOMENBYEB.COM
@MAGICWOMENBYEB

*Presentación exclusiva para mayoristas. prohibida su reproducción.