

Plan de Marketing Digital para CREXANS

Tienda online de ropa deportiva

Mireia Sánchez i Badia

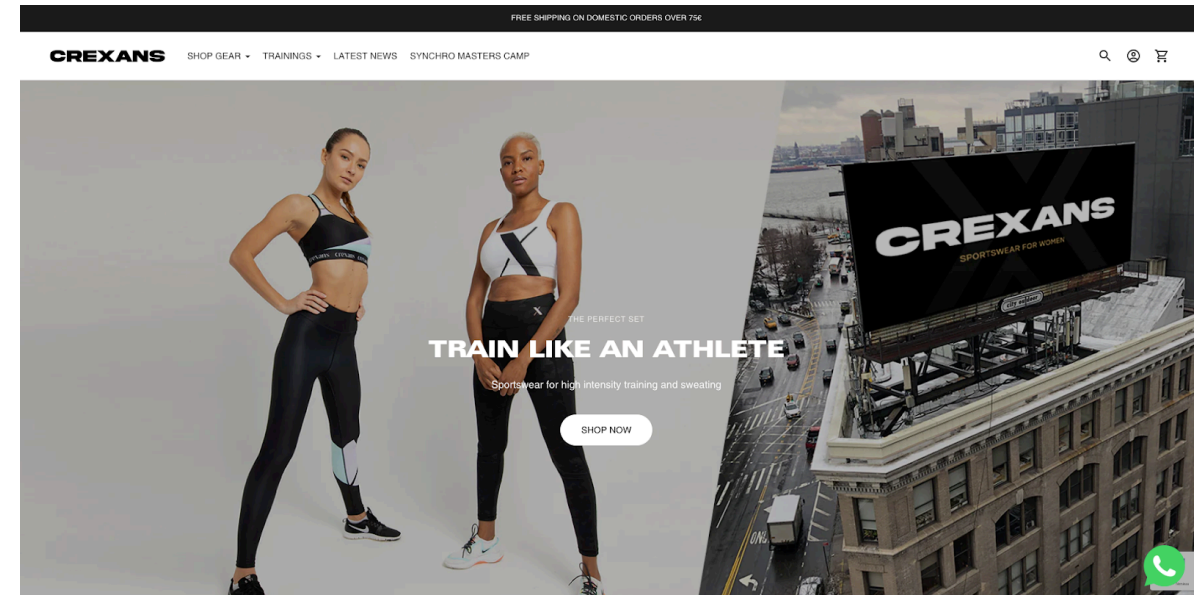
Máster Universitario en Marketing Digital - UOC

Profesora colaboradora: Laura Alonso Vilar

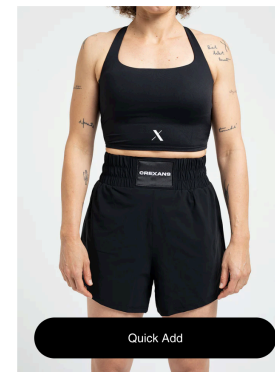
CREXANS



- Diseño y confección de ropa deportiva femenina
- Fundada en 2019 por ex-nadadora de competición
- Venta B2B principal
Personalización para equipos y clubes
- Venta B2C secundaria
Tienda online
- Visibilidad al deporte femenino



Athletes Collections



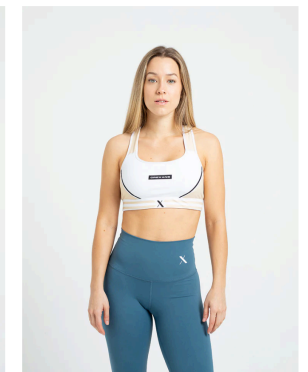
Boxing Unisex Shorts in Black
€45,00



Armour Unisex Tank
€29,00



Neo Box Jacket in Charcoal
€49,00



Racer Sports Bra High Impact
€45,00



Contexto

- Empresa familiar
- Falta de recursos (económicos y personal)
- Mucho potencial de crecimiento

Se quiere conseguir

- Aumentar el impacto del negocio *online* B2C
- Aumentar la facturación y beneficios



Prendas de alta sujeción y resistencia para mujeres



Amplia gama de productos



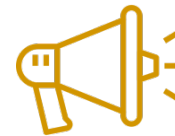
Precio medio asequible



Apoyo a mujeres deportistas a través de patrocinios



Diseños novedosos y femeninos



Visibilidad y voz al deporte femenino

DEBILIDADES

- Falta de notoriedad y posicionamiento web.
- Falta de una estrategia digital.
- Tráfico web bajo y elevada tasa de rebote.
- Falta de recursos económicos y de personal.

FORTALEZAS

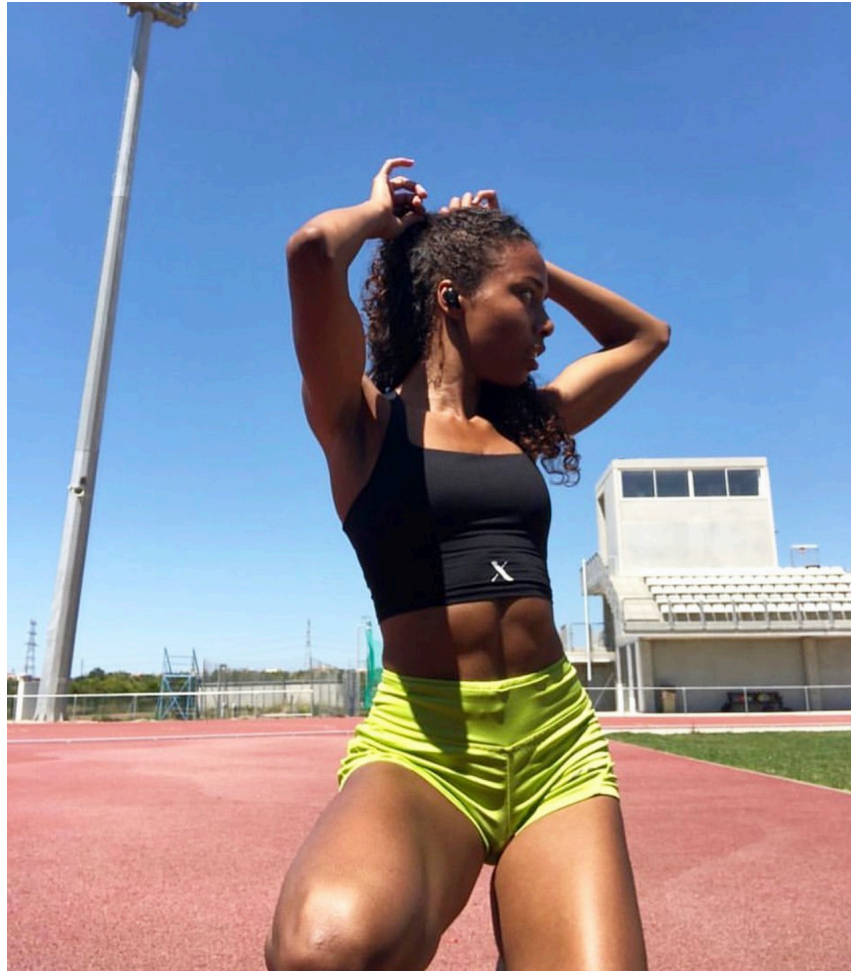
- Presencia de imagen de marca.
- Buena experiencia de usuario y fidelización.
- Atención personalizada y directa, sin intermediarios.
- Gran calidad de productos y diferenciación.
- Márgenes de beneficio altos.

AMENAZAS

- Alta variedad de marcas con productos sustitutos.
- Elevada competencia directa con ofertas constantes atractivas.
- Empresas establecidas como líderes de mercado.
- Situación geopolítica inestable.

OPORTUNIDADES

- Crecimiento de la demanda de prendas deportivas.
- Auge del sector deportivo y su práctica.
- Mayor confianza en marcas pequeñas y transparentes.
- Aumento del gasto medio online.
- Capacidad de incluir nuevas prendas en el catálogo de forma sencilla.



Datos personales

- Mujer entre 18 y 55 años
- Residente en España
- Nivel formativo superior
- Nivel de ingresos medio-alto

Preferencias

- Acostumbradas a comprar por internet
- Presente en varias redes sociales
- Buscan calidad en prendas deportivas
- Practica deporte regularmente:
 1. De forma *amateur* o mantenerse en forma
 2. De forma profesional



Marta Burriel

Mujer, 32 años (Barcelona)
Marketing
Soltera, con pareja, sin hijos

- Entorno de trabajo digitalizado.
- Intereses: bienestar personal, deporte, gastronomía.
- Va a un gimnasio boutique.
- Entrenamientos diarios de alta intensidad.
- Usa internet a diario, muy activa en redes sociales, compra online habitualmente.
- Se deja llevar por el contenido y los valores que le transmite.

- Busca prendas de buena calidad-precio.
- No encuentra prendas diferentes, con diseños únicos.



Gemma Pidem

Mujer, 45 años (St Cugat del Vallés)
Traumatóloga
Divorciada, nueva pareja, 3 hijos

- Deportista amateur (*trails* de montaña y maratones)
- Entorno de trabajo medio digitalizado.
- Intereses: naturaleza, deporte y viajar.
- Combina entrenamiento personal con un gimnasio. Preparación física.
- Es activa en redes sociales, realiza compras online de vez en cuando.
- Se deja llevar por recomendaciones de expertos y opiniones.

- No encuentra prendas de alta calidad y duraderas.
- Si atletas profesionales la llevan le es más fácil fiarse de la calidad.



Paula González

Mujer, 25 años (Madrid)
Deportista profesional
Soltera, sin hijos

- Nadadora profesional de natación artística becada en el CAR.
- Intereses: deporte, cultura y viajar.
- Se está preparando para los JJOO de París 2024 y otros campeonatos mundiales.
- Es muy activa en redes sociales, siempre realiza compras online.
- Se deja llevar por recomendaciones de otros atletas profesionales y expertos del sector.

- No encuentra prendas de alta calidad y duraderas.
- Quiere poder devolver las prendas fácilmente si no son de su agrado.

Posicionar la marca como líder en el sector del deporte femenino e incrementar la facturación B2C en un 100% en tres años.



1 Posicionar la web en los primeros resultados de búsqueda en un año.



2 Aumentar el tráfico en la web a 10.000 visitas/mes en un año.



3 Mejorar la experiencia de usuario: tasa de conversión del 2-2,5% en un año.



4 Aumentar comunidad de seguidores en redes sociales.



5 Incrementar un 40% el *engagement* en redes sociales en un año.



6 Lograr una BBDD de a 5.000 suscriptores en un año.



OBJETIVOS

<p>Posicionamiento web Tráfico web Seguidores RRSS</p>	<p>Experiencia de usuario Engagement RRSS</p>	<p>Aumentar facturación Aumentar ROAS / SEM</p>	<p>Visitas recurrentes Aumento de compras por cliente</p>	<p>Aumentar facturación Aumentar seguidores RRSS</p>
--	---	---	---	--

TÁCTICAS

<p><u>Sitio web:</u> SEO/SEM Linkbuilding Marketing de contenidos</p> <p><u>Redes Sociales:</u> Creación de contenidos Colaboraciones</p>	<p><u>Sitio web:</u> CTAs Landing pages Marketing de afiliados</p> <p><u>Redes Sociales:</u> Creación de contenidos Colaboraciones / Influencers</p>	<p><u>Sitio web:</u> Descuentos/ofertas Envío gratuito Garantía y política de devoluciones Usabilidad Atención personalizada Opciones de pago SEM</p>	<p><u>Sitio web:</u> Ventajas cliente recurrente Cross-selling Retargeting Servicio post-venta</p> <p><u>Redes Sociales:</u> Interacciones</p> <p><u>Email Marketing:</u> Newsletter</p>	<p><u>Sitio web:</u> Descuentos exclusivos Seguimiento individualizado Afiliación</p> <p><u>Email Marketing:</u> Emails de valor personalizados</p> <p><u>Redes Sociales:</u> Interacción</p>
---	--	---	--	---

Cronograma de las acciones

ESTRATEGIA	ACCIÓN	RESPONSABLE	jun-2023	jul-2023	ago-2023	sept-2023	oct-2023	nov-2023	dic-2023	ene-2024	feb-2024	mar-2024	abr-2024	may-2024	jun-2024	jul-2024	ago-2024	sept-2024	oct-2024	nov-2024	dic-2024	ene-2025	feb-2025	mar-2025	abr-2025	may-2025	jun-2025	jul-2025	ago-2025	sept-2025	oct-2025	nov-2025	dic-2025											
CONCIENCIA	Optimizar SEO de CREXANS.COM	Agencia de MKT	█																																									
	SEM para atraer tráfico a la web	Agencia de MKT	█																																									
	Optimizar el linkbuilding	Agencia de MKT																																										
	Marketing de contenidos en RRSS	Mireia Sánchez	█																																									
CONSIDERACIÓN	Optimizar landing pages y CTAs	Mireia Sánchez	█																																									
	Contenido en Social Media	Mireia Sánchez	█																																									
	Influencer Marketing	Agencia de MKT																																										
	Campañas con afiliados	Agencia de MKT																																										
COMPRA	Atención personalizada	Mireia Sánchez	█																																									
	Creación de descuentos y ofertas	Mireia Sánchez																																										
	Mejorar UX de la página web	Agencia de MKT																																										
	Añadir opciones de pago	Mireia Sánchez																																										
	Optimizar políticas y garantías	Mireia Sánchez																																										
FIDELIZACIÓN Y RECOMENDACIÓN	Newsletters/ Email Marketing	Mireia Sánchez	█																																									
	Automatizaciones cross-selling/up-selling	Agencia de MKT																																										
	Servicio post-venta / Ventajas cliente	Mireia Sánchez	█																																									
	Marketing de afiliados	Agencia de MKT																																										
	Interacción por Social Media	Mireia Sánchez	█																																									

	ACCIÓN	Nº de horas por táctica digital (h)	Tarifa unitaria por táctica digital (€)	Inversión total por táctica	Prioridad (1 muy baja - 5 muy alta)	Coste de la acción sobre el total digital (%)	Asignación del presupuesto de contingencias
CONCIENCIA	Optimizar SEO de CREXANS.COM	300	12,50€	3.750,00€	5	13,46%	181,14 €
	SEM para atraer tráfico a la web	300	12,50€	3.750,00€	5	13,46%	181,14 €
	Optimizar el linkbuilding	70	12,50€	875,00€	3	3,14%	108,60 €
	Marketing de contenidos en RRSS	465	7,04€	3.273,60€	4	11,75%	144,87 €
CONSIDERACIÓN	Optimizar landing pages y CTAs	80	12,50€	1.000,00€	3	3,59%	108,60 €
	Contenido en Social Media	465	7,04€	3.273,60€	4	11,75%	144,87 €
	Influencer Marketing	105	11,09€	1.164,45€	3	4,18%	108,60 €
	Campañas con afiliados	105	10,42€	1.094,10€	3	3,93%	108,60 €
COMPRA	Atención personalizada	310	7,04€	2.182,40€	5	7,83%	181,14 €
	Creación de descuentos y ofertas	124	7,04€	872,96€	5	3,13%	181,14 €
	Mejorar UX de la página web	105	12,50€	1.312,50€	3	4,71%	108,60 €
	Añadir opciones de pago	4	7,04€	28,16€	1	0,10%	36,27 €
	Optimizar políticas y garantías	2	7,04€	14,08€	1	0,05%	36,27 €
FIDELIZACIÓN Y RECOMENDACIÓN	Newsletters/ Email Marketing	124	7,04€	872,96€	3	3,13%	108,60 €
	Automatizaciones cross-selling/up-selling	30	13,28€	398,40€	2	1,43%	72,54 €
	Servicio post-venta / Ventajas cliente	155	7,04€	1.091,20€	3	3,92%	108,60 €
	Marketing de afiliados	70	10,42€	729,40€	3	2,62%	108,60 €
	Interacción por Social Media	310	7,04€	2.182,40€	4	7,83%	144,87 €
TOTAL ACCIONES DIGITAL (3 años)				27.865,21€			
				Total 1r año	12.060,43 €		
				Total 2o año	10.422,24 €		
				Total 3r año	5.747,24 €		
TOTAL				43.440,21 €	<i>Gtos. digitales + gtos. generales</i>		
PLAN DE CONTINGENCIA (5% margen)				2.172,01 €			
TOTAL GENERAL				45.612,22 €	<i>Total + 5% contingencia</i>		

Gastos generales detallados (herramientas + fees) para llevar a cabo el Plan de Marketing Digital propuesto:

	2023	2024	2025	3 AÑOS
Total gasto cuenta de resultados:	12.060,43 €	10.422,24 €	5.747,24 €	27.865,21€
Shopify (25€/mes x 31 meses)	175,00 €	300,00 €	300,00 €	775,00 €
Google Ads (500€/campaña de ventas)	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	4.500,00 €
Google Ads (100€/campaña conciencia)	700,00 €	1.200,00 €	100,00 €	2.000,00 €
MailChimp (18,80€/mes x 31 meses)	131,60 €	225,60 €	225,60 €	582,80 €
Total herramientas:	2.506,60 €	3.225,60 €	2.125,60 €	7.275,00 €
<i>Fee Influencers</i> (400€/campaña consideración) - 1 Campaña/mes	2.800,00 €	-	-	2.800,00 €
<i>Fee Videografo</i> para contenido digital (550€/sesión de grabación) - 1 Sesión/trimestre	1.100,00 €	2.200,00 €	2.200,00 €	5.500,00 €
Total fees:	3.900,00 €	2.200,00 €	2.200,00 €	8.300,00 €
Total gastos actividad:	6.406,60 €	5.425,60 €	4.325,60 €	15.575,00 €
Total general sin contingencia:	18.467,03 €	15.847,84 €	10.072,84 €	43.440,21 €
Asignación plan de contingencia (5%):	923,35 €	792,39 €	503,64 €	2.172,01 €
TOTAL GENERAL	19.390,38 €	16.640,23 €	10.576,48 €	45.612,22 €

Partiendo de la facturación en 2022 de 25.000€ y unos beneficios netos de 13.500€, se estima:

INGRESOS ANUALES	Ingresos	Beneficio neto
Facturación B2C mediante el sitio web 2022	25.000,00 €	13.500,00 €
Facturación B2C mediante el sitio web 2023	37.500,00 €	20.250,00 €
Facturación B2C mediante el sitio web 2024	43.750,00 €	23.625,00 €
Facturación B2C mediante el sitio web 2025	50.000,00 €	27.000,00 €
Total en tres años:	131.250,00 €	70.875,00 €

Balance anual del beneficio neto y los gastos :

Año	Beneficio neto	Gastos
2023	20.250,00 €	19.390,38 €
2024	23.625,00 €	16.640,23 €
2025	27.000,00 €	10.576,48 €
TOTAL	70.875,00 €	46.607,09 €

ROI positivo y con un crecimiento exponencial = **Proyecto viable y rentable**

ROAS = Por cada 1€ gastado en publicidad, CREXANS ganaría 4,79€

ROI TOTAL

$$((70.875,00€ - 46.607,09€) / 46.607,09€) = 52,07\%$$

ROAS TOTAL

$$(70.875,00€ / (4.500€ + 2.000€ + 2.800€ + 5.500€)) = 4,79€$$

Previsión a largo plazo:

	2023	2024	2025
ROI	4,43%	41,97%	155,28%
ROAS	3,32€	4,82€	7,10€

OBJETIVO	RESPONSABLE	KPIs	Herramienta	Frecuencia
Optimizar SEO/SEM	SEO/SEM Specialist	Posición en las SERP, clics, tráfico web, tasa de rebote, sesiones por canal, páginas vista.	Google Analytics/SemRush	15 días
Mejorar Linkbuilding	SEO/SEM Specialist	Domain Authority >50	Mozbar	Mensual
Optimizar <i>landing pages</i> y CTAs	Webmaster	Tasa de rebote, páginas por sesión, tiempo medio por sesión, tasa de conversión.	Google Analytics	15 días
Marketing de contenidos en RRSS	Mireia Sánchez	Seguidores, suscriptores canal, nº clics, <i>likes</i> , comentarios, shares, alcance <i>posts</i> .	Redes sociales	Semanal
Influencers Marketing	Digital Account Manager	Engagement, nº de seguidores, likes, comentarios, shares, views y clics hacia la web.	Upfluence	15 días
Campaña con afiliados	Affiliate MKT Specialist	Volumen de facturación.	Shopify	15 días
Atención personalizada	Mireia Sánchez	Nº de reseñas, sentimiento de marca en las redes, nº de conversiones.	Shopify	15 días
Creación de descuentos y ofertas	Mireia Sánchez	ROAS, Volumen de facturación.	Shopify	15 días
Newsletters / Email marketing	Mireia Sánchez	Tasa de apertura, tasa de rebote, nº de suscripciones y bajas.	MailChimp	Semanal

OBJETIVO	RESPONSABLE	KPIs	Herramienta	Frecuencia
Automatizaciones cross-selling/up-selling	Digital Account Manager	Volumen de facturación, average order value, tasa de resurrencia.	Shopify	15 días
Servicio post-venta / Ventajas cliente	Mireia Sánchez	Tasa de visitas recurrente, media de conversiones por cliente, nº de reseñas.	Google Analytics / Shopify	15 días
Campaña con afiliados	Affiliate MKT Specialist	Volumen de facturación.	Shopify	15 días
Interacción por Social Media	Mireia Sánchez	Seguidores, suscriptores canal, nº clics, <i>likes</i> , comentarios, shares, alcance <i>posts</i> .	Redes sociales	Semanal



Plan de Marketing Digital



Posicionamiento web
Captación de leads
Comunidad en RRSS
Fidelización de clientes



Posicionamiento de marca e incremento de ventas.

MERCADO

- Altamente competitivo pero en auge.
- Diferenciación de marca a través de productos de alta calidad a precios asequibles y visibilidad del deporte femenino.

ESTRATEGIA

- Gran potencial de crecimiento pero con recursos muy escasos.
- Apuesta por marketing de contenido de valor.

VIABILIDAD

- Proyecto altamente viable desde el primer año.
- Gran retorno de la inversión y ROAS.



Se recomienda invertir en el plan de marketing digital

*Al lado de las atletas
más exigentes*

CREXANS

