PLAN DE MARKETING DIGITAL DE SOMMES DÉMODÉ

Débora López López

Máster en Marketing digital

ÍNDICE

- Matriz DAFO con el diagnóstico de la situación.
- Objetivos de marketing digital.
- Estrategias de marketing digital, acciones planteadas, calendario y presupuesto.
- Control de las acciones de marketing digital.
- Conclusiones.

MATRIZ DAFO CON EL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
• Continuos avances tecnológicos • Incremento de las compras online • Creciente preocupación por la moda • Mundo globalizado	• El producto puede ser imitado • Competencia muy elevada • Clientes cada vez más exigentes
FORTALEZAS	**DEBILIDADES**
• Ropa original y alternativa • Tiene su propia marca de ropa • Web muy completa y fácil de comprar a través de ella • Gran manejo de redes sociales	• No vende fuera de España • Baja frecuencia de actualización en el blog • Peor posicionamiento en Google con respecto a otras tiendas • Sólo un punto de venta físico • Proceso de registro implícito

Empresa con muchas debilidades → *Entorno con multitud de oportunidades* → **Área de ilusión**

OBJETIVOS DEL MARKETING DIGITAL

OBJETIVO GENERAL

- Incrementar un 15% las ventas de la tienda online de Sommes Démodé en 6 meses

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Aumentar un 20% el número de leads en la sección de hombre de octubre a abril
- Reducir un 10% la tasa de rebote en 6 meses
- Incrementar un 15% los comentarios positivos en foros, blogs y redes sociales de octubre a abril
- Acrecentar un 20% las suscripciones de la newsletter en el periodo citado anteriormente

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL, ACCIONES PLANTEADAS, CALENDARIO Y PRESUPUESTO

ESTRATEGIAS	ACCIONES	CALENDARIO	PRESUPUESTO
SEM	Campaña de publicidad en Google Ads	3 meses (octubre, noviembre y diciembre)	2.100 €
Display	Banner en web de moda	1 mes (octubre)	1.200 €
E-mailing	Newsletter	A partir de octubre	100 €
Web	Dar opción a comprar sin registro	A partir de octubre	Incluido dentro del mantenimiento web
Web	Crear una llamada a la acción	3 meses (octubre, noviembre y diciembre)	Incluido dentro del mantenimiento web
Foro	Crear hilo de conversación en foros de moda	A partir de octubre	-

ESTRATEGIAS	ACCIONES	CALENDARIO	PRESUPUESTO
Blog	Actualizar blog	A partir de octubre	-
SEO	Mejorar la arquitectura del sitio a través del árbol de contenidos	1 mes (octubre)	1.000 €
SEO	Optimización dispositivos móviles	1 mes (noviembre)	200 €
Redes sociales	Crear contenido en Youtube	A partir de octubre	-
Redes sociales	Plan de social media	2 meses (octubre y noviembre)	1.000 €
Reseñas	Responder a comentarios de las reseñas	A partir de octubre	-
Favoritos, me gusta, comentarios	Incrementar favoritos, me gusta y comentarios a través del contenido	A partir de octubre	-
Influencers	Utilizar influencers masculinos	A partir de octubre	-
Influencers	Trabajar con más influencers femeninas	A partir de octubre	-
TOTAL	15 acciones	6 meses	5.600 €

CONTROL DE LAS ACCIONES DE MARKETING DIGITAL

ACCIÓN	INDICADORES DE CONTROL
Campaña de publicidad en Google Ads	CPC = 0,25 € Impresiones = 3.000 impresiones al mes Alcance = 2.500 usuarios al mes Conversiones = 50 al mes
Banner en web de moda	Tasa de clicks = 250 a la semana
Newsletter	Tasa de apertura = 5%
Dar opción a comprar sin registro	Sesiones totales = 75 al mes Tasa de conversión de comercio electrónico = 5% Tasa de rebote = 25%
Crear una llamada a la acción	Número de conversiones (leads) = 10 a la semana
Crear hilo de conversación en foros de moda	Comentarios = 50 al mes
Actualizar blog	Sesiones totales = 500 al mes Tasa de rebote = 30%
Mejorar arquitectura del sitio a través del árbol de contenidos	Páginas con mayor número de conversiones = 2 páginas Conversiones por tráfico orgánico y pagado = 100 al mes

HERRAMIENTAS DE CONTROL Y MEDICIÓN

- Google Analytics
- Hootsuite
- Buzzmometer
- Gtmetrix
- Google Page Speed
- Google Ads

ACCIÓN	INDICADORES DE CONTROL
Optimización dispositivos móviles	Tráfico orgánico = 5.000 visitas al mes
Crear contenido en Youtube	Tiempo de visualización = 10 minutos Número de suscriptores = 1.000 Me gusta y no me gusta = 75 me gusta Comentarios = 25 por publicación
Plan de social media	Número de seguidores = 30.000 en Instagram, 15.000 en Facebook y 1.000 en Youtube Clicks en el sitio web = 500 al mes Alcance de las publicaciones = 5.000 en Instagram, 2.000 en Facebook y 500 en Youtube
Responder a comentarios de las reseñas	Comentarios = 10 al mes
Incrementar favoritos, me gusta y comentarios a través del contenido	Número de me gusta = 400 en Instagram, 50 en Facebook y 100 en Youtube Comentarios = 50 en Instagram, 30 en Facebook y 25 en Youtube
Utilizar influencers masculinos	Visitas al perfil = 300 al mes Clicks en el sitio web = 50 al mes Número de seguidores =30.000 en Instagram y 15.000 en Facebook
Trabajar con más influencers femeninas	Visitas al perfil = 700 al mes Número de seguidores = 30.000 en Instagram y 15.000 en Facebook

CONCLUSIONES

Las empresas del sector textil tienen un gran potencial para aplicar estrategias de marketing digital

Sommes Démodé se sitúa en el área de ilusión y tiene que tomar una estrategia de reorientación y una línea estratégica de generación de fortalezas

En el plan de marketing se incluye la nueva sección de hombre

Con el plan de marketing se han realizado numerosas mejoras tanto en lo relacionado a la web, SEO…

Hay acciones que empiezan a partir de octubre y continúan en el futuro

Se observa que el plan de marketing digital no supone pérdidas económicas

El control de las acciones será periódico para detectar posibles desviaciones a través de los valores de los KPIs

Hay 5 acciones con prioridad 1, otras 5 con prioridad 2 y también 5 con prioridad 3

Se espera que se alcancen los objetivos establecidos a través de la metodología SMART

MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN