



**Fanify**  
PLAY & LEARN

# PLAN DE MARKETING DIGITAL

ADRIANA MILAN SERRA  
MÁSTER EN MARKETING DIGITAL  
UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA - UOC

# CONTEXTO

Fanify  
PLAY & LEARN

Fanify  
PLAY & LEARN



ES

Juguetes para Bebés

Juego Simbólico

Juguetes Educativos

Juegos de Mesa

Juegos Creativos y Musicales

Juegos de Exterior

Outlet

Blog

CONTACTO

Log In



- Distribuidora de juegos y juguetes
- Empresa tradicional-familiar
- +27 años de experiencia B2B



Fanify  
PLAY & LEARN

- Tienda exclusiva online
- Venta a cliente final

## DEBILIDADES

- Poca experiencia B2C
- Limitación de ofrecer algunas marcas destacadas
- Gestión conservadora de stocks
- Dificultad para desarrollo a nivel digital
- Visión muy tradicional del mercado
- Poco flexibles en sus procesos de producción
- Dependencia excesiva de ciertos proveedores

## FORTALEZAS

- *Know-how* del sector
- Marcas reconocidas
- Buena imagen de empresa y de las marcas
- Gran diversidad de productos vendidos
- Preocupación por la sostenibilidad (Agenda 2030)
- Sólido equipo de marketing
- Apoyo de las marcas en marketing
- Precios acorde con el mercado

## AMENAZAS

- Crisis de suministros
- Mayor competencia debida a la globalización
- Aumento de las producciones a bajo coste
- Falta de adaptación de las nuevas tecnologías
- Tiendas online de las propias marcas
- Pérdida de clientes B2B

## OPORTUNIDADES

- Flexibilidad para introducir nuevos productos
- Creciente preocupación medio ambiental
- Sector en constante crecimiento
- Mayor exigencia del mercado a nivel de calidad
- Buena situación geográfica
- Nuevos nichos de mercado por explorar
- Presencia en el mercado educativo
- Posibilidad de realizar producto propio

## SEGMENTACIÓN POR:

- Hábitos de compra
- Destinatario final del producto
- Tipo de producto

### 1 CONSUMIDOR PARA NIÑOS/AS

Hombres y/o mujeres que compran para sus hijos/as o allegados:

- Juegos y juguetes para cualquier edad
- Todo tipo de producto
- Se concentran en épocas concretas del año

### 2 CONSUMIDOR ADULTO

Hombres y mujeres de cualquier edad que compran juegos para sí mismos:

- Juegos de mesa y puzzles
- Por diversión o por necesidad
- Durante todo el año

# BUYERS PERSONA

1



## ELENA CASTILLO

Mujer, 37 años  
Enfermera  
Casada con 3 hijos de 9, 5 y 3 años  
Sabadell (Barcelona)

### PERFIL

- Simpática, extrovertida, y muy eficiente en su trabajo.
- Tiene muchas inquietudes por temas educativos, de medio ambiente, de bienestar personal...

### INTERESES

- Cine, música, arte, lectura, naturaleza, deporte
- Acude a eventos y conciertos infantiles con su familia
- Le gusta la naturaleza, la cultura y las tradiciones

### HÁBITOS DE CONSUMO

- Encargada de las compras del hogar.
- Compra online y offline con tendencia al comercio de proximidad.
- Fiel a sus establecimientos de confianza

### RELACIÓN INTERNET

- Uso diario.
- Usaria activa de RRSS
- Conocimientos medios de tecnología
- Compra habitualmente por internet.
- Se informa y se forma

### OBJETIVOS

- Comprar juegos y juguetes que se ajusten a las edades de sus hijos para ayudarles en su desarrollo.

### RETOS

- Encontrar lo que busca en un mismo sitio, de forma cómoda y con confianza.

2



## MARCOS LORENTE

Hombre, 29 años  
Experto financiero  
Soltero con pareja, no tiene hijos  
Vive en Madrid

### PERFIL

- Reservado en el trabajo
- Tiene muchos amigos.
- Se mueve en un entorno muy digitalizado.

### INTERESES

- Cine, series de TV, juegos y videojuegos, el mundo *fandom*, deporte
- Acudir a conciertos y ferias de jugones
- Fan de Star Wars.

### HÁBITOS DE CONSUMO

- Compra con sus pareja para el hogar.
- Prefiere comprar online
- Tiendas especializadas
- Compras meditadas pero puede finalizarlas por impulso.

### RELACIÓN INTERNET

- Uso diario en trabajo y día a día.
- Usuario medio de RRSS
- Buenos conocimientos de tecnología.
- Compra muy habitualmente por internet

### OBJETIVOS

- Comprar nuevos juegos
- Disponer de gran variedad de productos novedosos.

### RETOS

- Encontrar productos novedosos, de calidad y diseño.

# OBJETIVOS

Posicionar la tienda como líder en el sector y lograr facturar entre 75.000 y 150.000 euros durante el primer año



**1** Posicionar la web en los 3 primeros puestos en buscadores en 1 año



**2** Conseguir un tráfico diario a la web de 15.000 visitas en 1 año



**3** Alcanzar una tasa de conversión de 2-2,5% el primer año



**4** Lograr una BDD de 5000 suscriptores en 1 año





**5** Obtener 5000 seguidores en IG en 6 meses, 1000 en FB y 500 en YT en 1 año

# OBJETIVOS - ACCIONES


OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACCIONES
 Posicionar la web	WEB	<ul style="list-style-type: none"><li>• Optimización SEO</li><li>• Marketing de contenidos: creación de contenido para productos</li></ul>
	BLOG	<ul style="list-style-type: none"><li>• Marketing de contenidos: publicación de entradas semanales</li></ul>
	RRSS	<ul style="list-style-type: none"><li>• Marketing de <i>influencers</i>: sorteo/concurso</li><li>• Colaboraciones: contenido compartido</li></ul>
 Conseguir un tráfico	WEB	<ul style="list-style-type: none"><li>• Optimización SEO</li><li>• Marketing de contenidos: creación de contenido para productos</li></ul>
	BLOG	<ul style="list-style-type: none"><li>• Marketing de contenidos: publicación de entradas semanales</li></ul>
	EMAIL	<ul style="list-style-type: none"><li>• Envío semanal de <i>newsletter</i></li></ul>
	REDES SOCIALES	<ul style="list-style-type: none"><li>• Publicación de <i>posts</i>, <i>stories</i> y videos enfocados a la promoción de los productos</li><li>• Creación de tienda online en redes sociales</li><li>• Marketing de <i>influencers</i>: colaboración con <i>influencers</i></li><li>• Creación de guías con enlaces</li></ul>

# OBJETIVOS - ACCIONES

OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACCIONES
 Lograr suscriptores	WEB	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ventana emergente de registro</li><li>• Marketing de afiliación: programa de fidelización</li><li>• <i>Landing pages</i></li><li>• Atención al cliente: <i>chatbots</i> y Whatsapp</li></ul>
	BLOG	<ul style="list-style-type: none"><li>• Foro</li></ul>
	EMAIL	<ul style="list-style-type: none"><li>• Marketing de afiliación: <i>newsletter</i> con promociones y ofertas</li><li>• Marketing de afiliación: recomendaciones</li><li>• Marketing de afiliación: programa de puntos y regalos</li></ul>
	RRSS	<ul style="list-style-type: none"><li>• Creación de contenido propio</li><li>• Colaboraciones: contenido compartido</li></ul>
 Posicionamiento RRSS (Seguidores)	WEB	<ul style="list-style-type: none"><li>• Opiniones de clientes y/o publicaciones en RRSS</li><li>• Enlaces en páginas de producto</li></ul>
	BLOG	<ul style="list-style-type: none"><li>• Enlaces en publicaciones</li></ul>
	REDES SOCIALES	<ul style="list-style-type: none"><li>• Publicación de <i>posts</i>, <i>stories</i> y videos enfocados a la promoción de los productos</li><li>• Creación de tienda online en redes sociales</li><li>• Marketing de <i>influencers</i>: Colaboración con <i>influencers</i></li><li>• Creación de guías con enlaces</li><li>• Stories: juegos y encuestas</li><li>• Creación de guías y <i>reels</i></li></ul>



# OBJETIVOS - ACCIONES

OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACCIONES
 Tasa de conversión	WEB	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ofertas y promociones</li><li>• Marketing de contenidos: páginas de producto</li><li>• <i>Cross-selling</i> y <i>Up-selling</i></li><li>• <i>Landing pages</i></li><li>• Atención al cliente: <i>chatbots</i> y Whatsapp</li><li>• Opciones de pago: pago fraccionado</li></ul>
	BLOG	<ul style="list-style-type: none"><li>• Contenido específico de productos</li></ul>
	EMAIL	<ul style="list-style-type: none"><li>• Descuento primera compra</li><li>• Marketing de afiliación: <i>newsletter</i> con promociones y ofertas</li><li>• Marketing de afiliación: recomendación amigos, valoración de productos y descuentos</li><li>• Automatizaciones y <i>retargetting</i> (ej. carritos abandonados)</li><li>• Recomendaciones productos</li></ul>
	RRSS	<ul style="list-style-type: none"><li>• Contenido acerca de productos</li><li>• Colaboraciones: promoción de productos</li></ul>





# PRESUPUESTO

	ACCIÓN	COSTE UNITARIO	UNIDADES	FRECUENCIA DE LA ACCIÓN/AÑO	DESCRIPCIÓN	COSTE	% COSTE DE LA ACCIÓN SOBRE TOTAL DIGITAL	PRIORIDAD	PLAN CONT.
WEB	Creación de la web	40	horas	1	Configurar la web	437,50 €	2,79%	5	230,64 €
	Carga de productos y contenido web	250	horas	1	Crear productos	2.734,38 €	17,42%	5	230,64 €
	Ventana emergente	1	hora	3	Ventana principal y 2 cambios	32,81 €	0,21%	2	92,26 €
	Slider	1	hora	25	Configuración inicial y cambios sucesivos a lo largo del año	273,44 €	1,74%	4	92,26 €
	Formulario de registro	1	hora	1	Configuración formulario	10,94 €	0,07%	4	184,51 €
	Testimonios	2	horas	1	Configuración testimonios RRSS	21,88 €	0,14%	2	92,26 €
BLOG	Blog (artículos largos)	4	horas	12	Entrada mensual	525,00 €	3,34%	3	138,39 €
	Blog (artículos cortos)	1,5	horas	36	3 entradas mensuales	590,63 €	3,76%	3	138,39 €
NEWSLETTER	Newsletter	3	horas	53	Newsletter mensual	1.739,06 €	11,08%	5	230,64 €
	Automatizaciones	2	horas	1	Creación automatizaciones anuales	24,00 €	0,15%	3	138,39 €
	Retargetting carritos	1	hora	1	creación automatización carritos abandonados	10,94 €	0,07%	3	138,39 €
	Retargetting clientes perdidos	1	Hora	1	Creación campaña retargetting perdidos	10,94 €	0,07%	3	138,39 €
	Programa de fidelización	1	hora	20	Creación publicaciones de fidelización	218,75 €	1,39%	4	184,51 €
INSTAGRAM	Publicaciones diarias IG/FB	4	horas	53	Creación campañas semanales	2.318,75 €	14,77%	4	184,51 €
	Repost de stories	0,5	hora	259	Tarea diaria	1.416,41 €	9,02%	4	184,51 €
	Publicaciones especiales	1	hora	19	Creación publicaciones en fechas especiales	207,81 €	1,32%	4	184,51 €
	Guía IG	1	hora	1	Creación de la guía	10,94 €	0,07%	2	92,26 €
	Tienda IG	30	horas	1	Creación de la guía y carga de contenido	328,13 €	2,09%	2	92,26 €
	Colaboraciones	2	horas	12	Tiempo mensual gestión de colaboraciones	262,50 €	1,67%	5	230,64 €
		700	euros	1	Presupuesto total productos para reseñas	700,00 €	4,46%		
	Concursos influencers	2	horas	9	Tiempo gestión concursos	196,88 €	1,25%	3	138,39 €
		1400	euros	1	Presupuesto total productos concurso	1.400,00 €	8,92%		
	Concursos propios	4	horas	3	Elaboración, seguimiento y resultados	131,25 €	0,84%	1	46,13 €
		300	euros	1	Presupuesto total productos concurso	300,00 €	1,91%	1	46,13 €
Reels IG	2	hora	10	Creación videos	218,75 €	1,39%	2	92,26 €	
FB	Tienda FB	30	horas	1	Creación de la guía y carga de contenido	328,13 €	2,09%	1	46,13 €
YT	Video Youtube	8	horas	12	Creación videos	1.050,00 €	6,69%	2	92,26 €
		200	euros	1	Atrezzo	200,00 €	1,27%		
<b>TOTAL ACCIONES</b>						<b>24</b>			
<b>TOTAL DIGITAL ANUAL</b>						<b>15.699,78 €</b>			
<b>TOTAL</b>						<b>71.038,03 €</b>			Gtos. digitales + gtos. generales
<b>PLAN DE CONTINGENCIA (5% de margen)</b>						<b>3.551,90 €</b>			
<b>TOTAL GASTOS 1r AÑO</b>						<b>74.589,93 €</b>			Total + 5% contingencia

# PRESUPUESTO

CONCEPTO	TOTAL ANUAL	COMENTARIOS
<b>MATERIAL</b>		
Almacén y oficinas	- €	Almacén/oficina en propiedad
Mobiliario	- €	No se necesitará comprar mobiliario adicional.
Equipos informáticos	600,00 €	Coste del nuevo equipo informático para la persona de administración contratada.
Existencias	37.600,00 €	Compra de productos para facturar 112.500 € + 5% de margen incidencias.
<b>PERSONAL ADICIONAL</b>		
Auxiliar administrativa media jornada	6.754,98 €	((1125,83 € salario mínimo interprofesional x 12 meses) / 2
Mozo almacén día jornada y jornada completa (nov. y dic.)	7.880,81 €	((1125,83 € salario mínimo interprofesional / 2)*10 meses) + (1125,83 € salario mínimo interprofesional x 2 meses)
<b>SOFTWARE</b>		
Wordpress (Blog) + Woocommerce (Eshop+CRM)	540,00 €	45 €/mes wordpress ecommerce con integración a Google Analytics y Woocommerce.
Programación y configuración inicial	1.200,00 €	Servicio técnico inicial, para la configuración correcta de la web.
Email (Mailchimp)	317,46 €	6 meses a 20 USD/mes y 6 meses ampliado a 40 USD/mes.
RRSS (Metricool)	24,00 €	Contrato Pro5
Klarna	171,00 €	Se ha contado el coste anual del servicio.
Diseño Logo	250,00 €	Servicio externo
<b>GASTOS GENERALES ANUALES</b>	<b>55.338,25 €</b>	

## RENTABILIDAD

<b>INGRESOS ESPERADOS</b>	112.500,00 €
<b>GASTOS TOTALES</b>	74.589,93 €
<b>BENEFICIO</b> (Ingresos – Gastos)	37.910,07 €
<b>ROI</b> ((Ingresos - Gastos) / Gastos )*100	50,82%
<b>ROAS</b> Ingresos / Gastos	1,51 €

# CONTROL /KPI's

OBJETIVO	RESPONSABLE	CANAL	FRECUENCIA	MEDIO	KPIs	
Posicionar la web	Content Creator / CMO	Web Blog E-mail	Semanal/ Mensual	Google Analytics/ MOZ / SemRush ERP/CRM Mailchimp	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas</li> <li>• <i>Bounce rate</i></li> <li>• Tiempo de visita</li> <li>• Páginas vistas</li> <li>• Clics</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usuarios nuevos/recurrentes</li> <li>• Tráfico orgánico/canal</li> <li>• Dispositivo</li> <li>• Autoridad SEO</li> </ul>
Conseguir tráfico	Content Creator / Community Manager / CMO	Web Blog E-mail RRSS	Semanal/ Mensual	Google Analytics	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas</li> <li>• <i>Bounce rate</i></li> <li>• Tiempo de visita</li> <li>• Páginas vistas</li> <li>• Clics</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usuarios nuevos/recurrentes</li> <li>• Tráfico orgánico/canal</li> <li>• Dispositivo</li> </ul>
Tasa de conversión	CMO	Web	Semanal/ Mensual	Google Analytics	<ul style="list-style-type: none"> <li>• T. de conversión</li> <li>• Ventas</li> <li>• Pedido medio</li> <li>• N. pedidos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas recurrentes</li> <li>• Carritos abandonados</li> <li>• Productos vendidos</li> <li>• Canal</li> </ul>
Lograr suscriptores	Content Creator / CMO	Web	Mensual	Google Analytics/ ERP/CRM Mailchimp	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aperturas únicas</li> <li>• Clics únicos</li> <li>• Dispositivos</li> <li>• Enlaces clicados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajas</li> <li>• Bounce Rate (hard/soft):</li> <li>• Día semana y hora</li> </ul>
Posicionar las RRSS	Community Manager / CMO	Instagram Facebook Youtube	Diaria / Semanal / Mensual	Analíticas IG/FB/YT y Google Analytics	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impresiones</li> <li>• Seguidores</li> <li>• Likes</li> <li>• Comentarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vistas perfil</li> <li>• Vistas stories</li> <li>• Engagement rate</li> <li>• Clics en enlace</li> </ul>

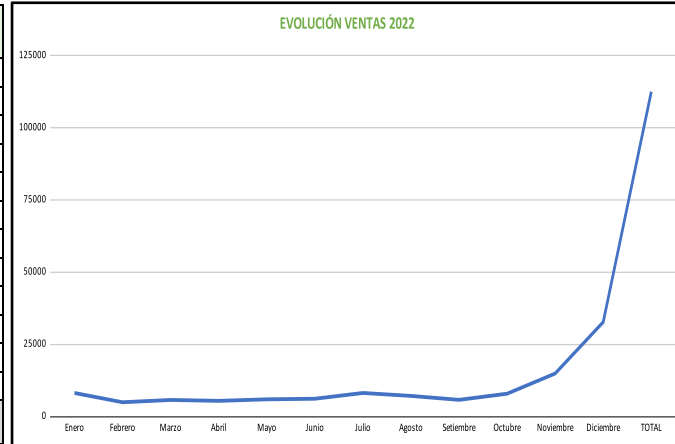
# DASHBOARD



## FACTURACIÓN 2022

OBJETIVO: 112.500,00 €

	IMPORTE	MTD	PEDIDO MEDIO
Enero	8.101,30 €	7%	20,36 €
Febrero	4.885,40 €	4%	19,54 €
Marzo	5.680,53 €	5%	19,66 €
Abril	5.369,17 €	5%	20,26 €
Mayo	5.899,53 €	5%	19,67 €
Junio	6.101,14 €	5%	19,37 €
Julio	8.100,28 €	7%	20,10 €
Agosto	7.083,07 €	6%	19,84 €
Setiembre	5.718,08 €	5%	20,21 €
Octubre	7.846,77 €	7%	19,87 €
Noviembre	14.845,35 €	13%	21,21 €
Diciembre	32.676,38 €	29%	21,78 €
<b>TOTAL</b>	<b>112.500,00 €</b>	<b>100%</b>	<b>20,15 €</b>



## ANÁLISIS DEL TRÁFICO WEB

TRÁFICO MENSUAL	151.000	TRÁFICO DIARIO	12.500	TASA DE REBOTE	%	TIEMPO DE PERMANENCIA	min.
-----------------	---------	----------------	--------	----------------	---	-----------------------	------

CANALES	TRÁFICO
Orgánico	%
Social	%
Newsletter	%
Blog	%

DISPOSITIVO	TRÁFICO
PC	%
Mobile	%
Tablet	%

### PÁGINAS MÁS VISITADAS

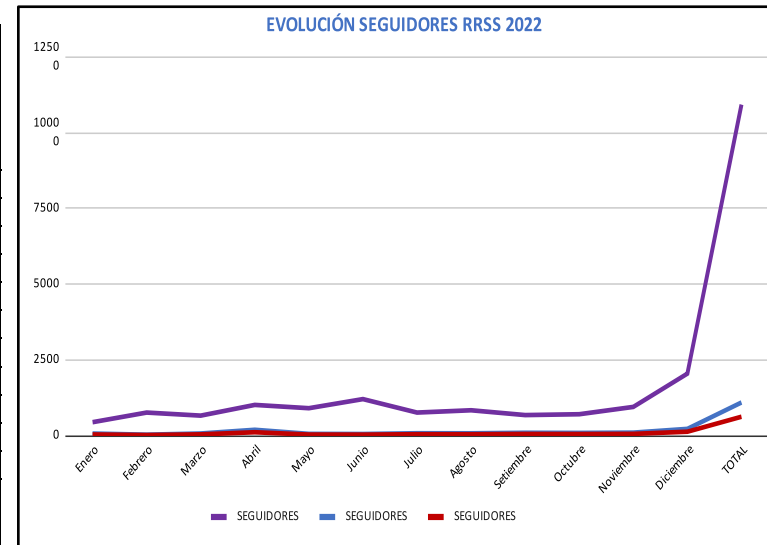
	VISITAS
Funify - play and learn	
<a href="http://www.funify.com/">www.funify.com/</a>	
Funify - juegos de mesa	
<a href="http://www.funify.com/juegos_de_mesa">www.funify.com/juegos_de_mesa</a>	
Funify - bloques de construcción	
<a href="http://www.funify.com/bloques_de_construcción">www.funify.com/bloques_de_construcción</a>	
Funify - HABA	
<a href="http://www.funify.com/haba">www.funify.com/haba</a>	
Funify - puzles	
<a href="http://www.funify.com/puzles">www.funify.com/puzles</a>	

### PALABRAS CLAVE PRINCIPALES

	VISITAS	POSICIÓN
funify		
juego educativos		
juguetes sostenibles		
haba		
Juguetes de calidad		

## SEGUIDORES REDES SOCIALES

OBJETIVO:	INSTAGRAM		FACEBOOK		YOUTUBE	
	SEGUIDORES	MTD	SEGUIDORES	MTD	SEGUIDORES	MTD
	5000		1000		500	
Enero	440	9%	65	7%	34	7%
Febrero	758	15%	27	3%	16	3%
Marzo	657	13%	67	7%	38	8%
Abril	1011	20%	189	19%	108	22%
Mayo	902	18%	54	5%	31	6%
Junio	1203	24%	50	5%	28	6%
Julio	758	15%	75	8%	43	9%
Agosto	834	17%	73	7%	42	8%
Setiembre	675	14%	90	9%	52	10%
Octubre	703	14%	86	9%	49	10%
Noviembre	945	19%	95	10%	54	11%
Diciembre	2045	41%	219	22%	125	25%
<b>TOTAL</b>	<b>10931</b>	<b>219%</b>	<b>1091</b>	<b>109%</b>	<b>621</b>	<b>124%</b>



## NEWSLETTER

MES:	ENERO
MEDIA ACUMULADA	
APERTURAS	29,99%
CLICKS ÚNICOS	20,98%
BOUNCE RATE	0,43%
BAJAS	0,14%
	1

# CONCLUSIONES



**RETO:** Lograr la adaptación de la empresa a esta nueva línea de negocio incluyendo una mejora en su proceso de digitalización





---

**“PLAY IS OUR BRAIN'S FAVORITE  
WAY OF LEARNING.”**

Diane Ackerman

**MUCHAS GRACIAS**