

**Comercio Electrónico. Caso práctico
FitnessDigital.com**

Comercio electrónico



214.834 clientes satisfechos

945011043 | Contacta | Ayuda | Quiénes Somos

Estás en ESPAÑA | Cambiar

Todo el año
PORTES GRATIS | Mi cuenta

17497 productos listos para ser enviados

TU CARRITO - 0

Tu carrito está vacío

Para añadir un producto debes clicar en el botón azul "comprar ahora" del producto en el que estés interesado.

PORTES GRATIS a partir de 40€

Cardio | Musculación | Accesorios | Pulsómetros | Electroestimulación | Salud y Belleza | Nutrición

En exclusiva sólo hasta 24 de junio

20% dcto

aprovéchate

Technogym Recline Forma

Technogym Bike Forma

FitnessDigital

- FD nació en 2006
- Auge internet
- No había mucha competencia ni especialización (demandada por los usuarios)
- Nicho de mercado



Investigación y estrategia

- ¿Qué negocio quieres abrir?
- ¿Mercado?
- ¿Cuál es tu público objetivo?
- ¿Cómo se comporta?
- ¿Posibilidad de penetración?

Consumer Barometer

Esta herramienta nos da datos sobre como los consumidores utilizan la información tanto online como offline y cómo influyen estas búsquedas en su proceso de compra.

¿Cómo buscan los usuarios en internet?

¿Qué % de usuarios busca online para terminar la compra offline?

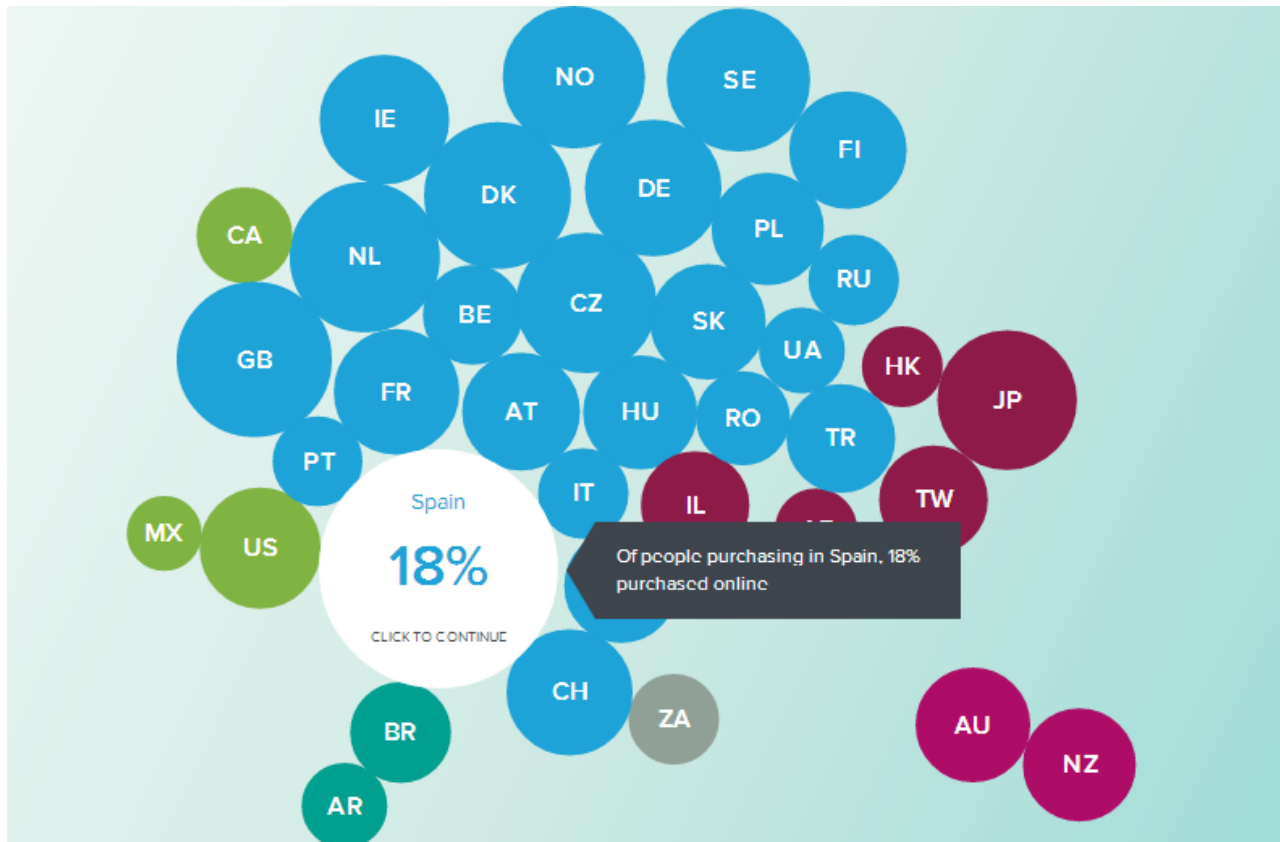
¿Cuántos usuarios compran fitness / viajes / moda por internet?

Quiero internacionalizar, ¿en qué países tengo mayor oportunidad de crecer?

Investigación y estrategia

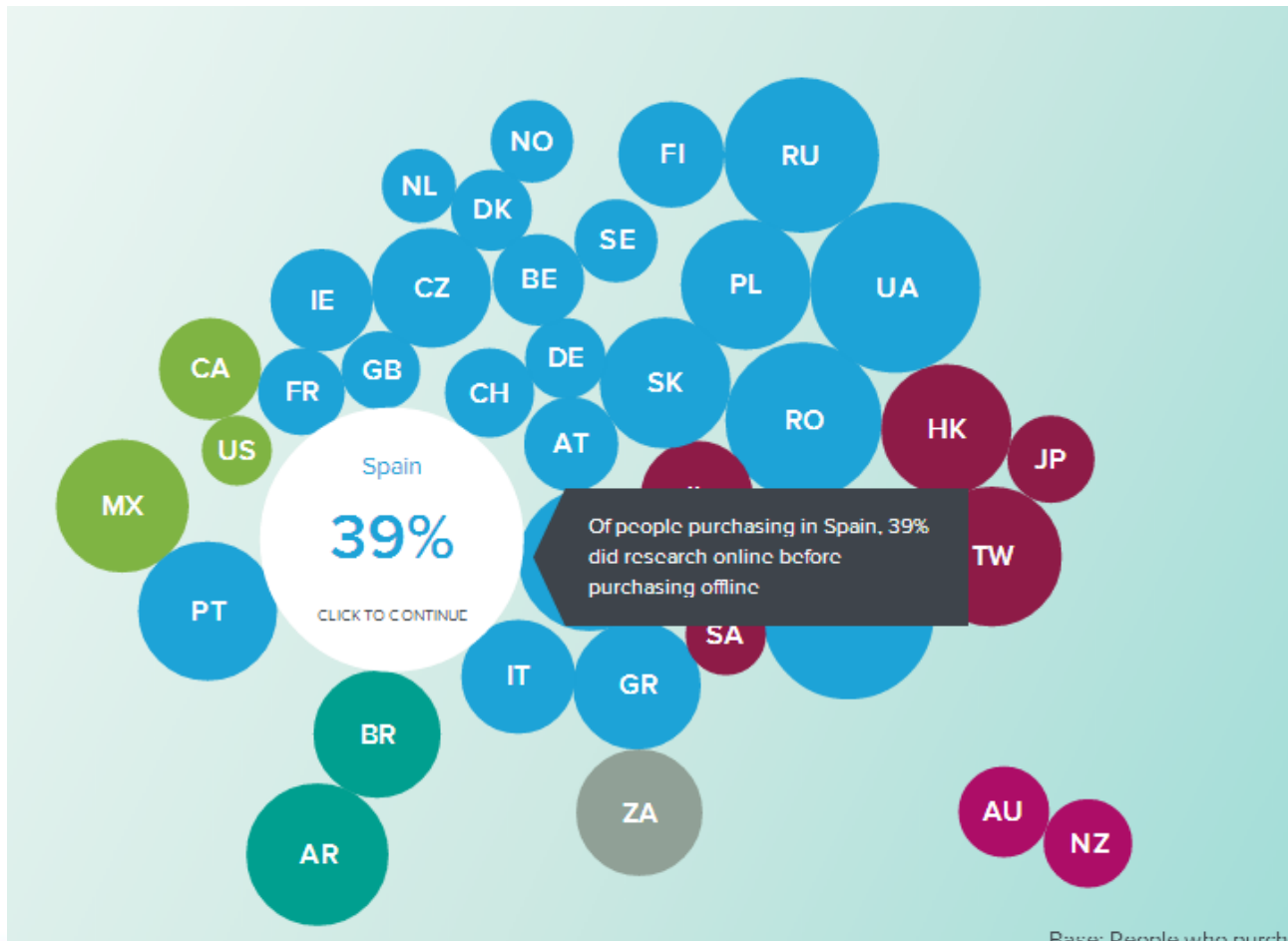
Pongamos algunos ejemplos:

1. Queremos saber que % de usuarios compran online por país, de forma genérica.



Investigación y estrategia

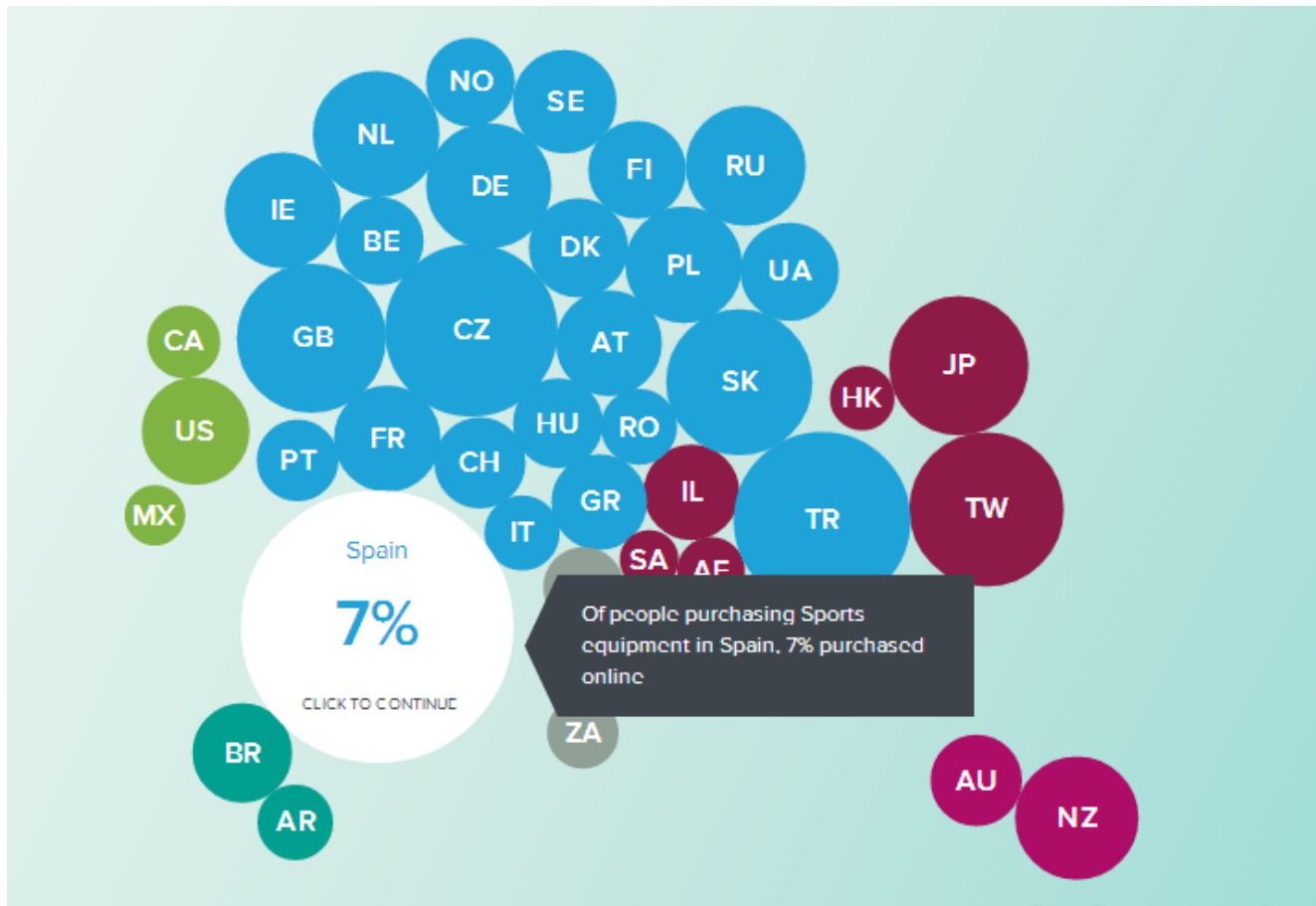
2. Y ahora, de forma más concreta, ¿cuántos usuarios buscan online y terminan su compra en offline, por ejemplo, en España?



Base: People who purcha

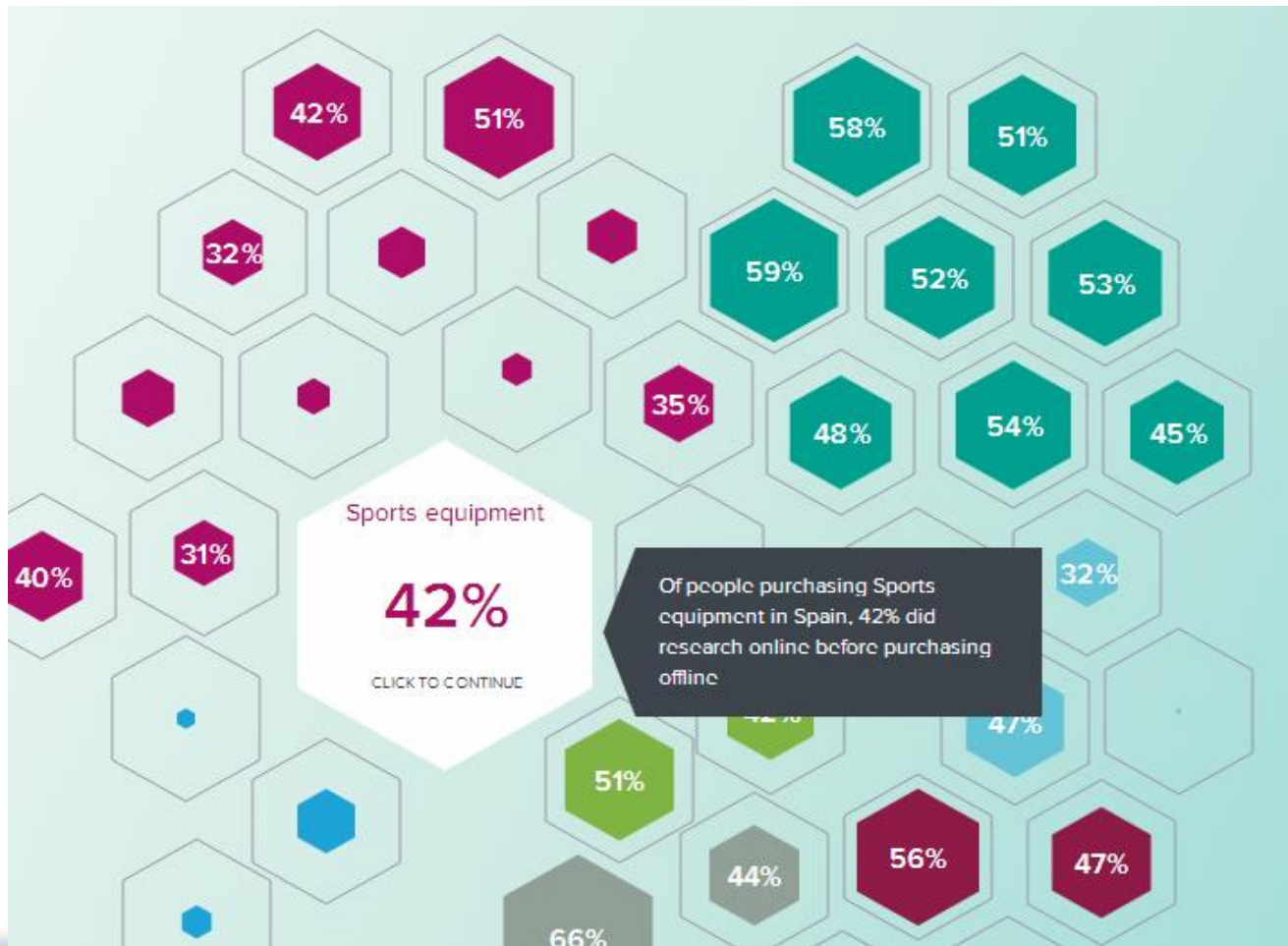
Investigación y estrategia

3. ¿Y qué % de usuarios en España compra productos de fitness de forma online?



Investigación y estrategia

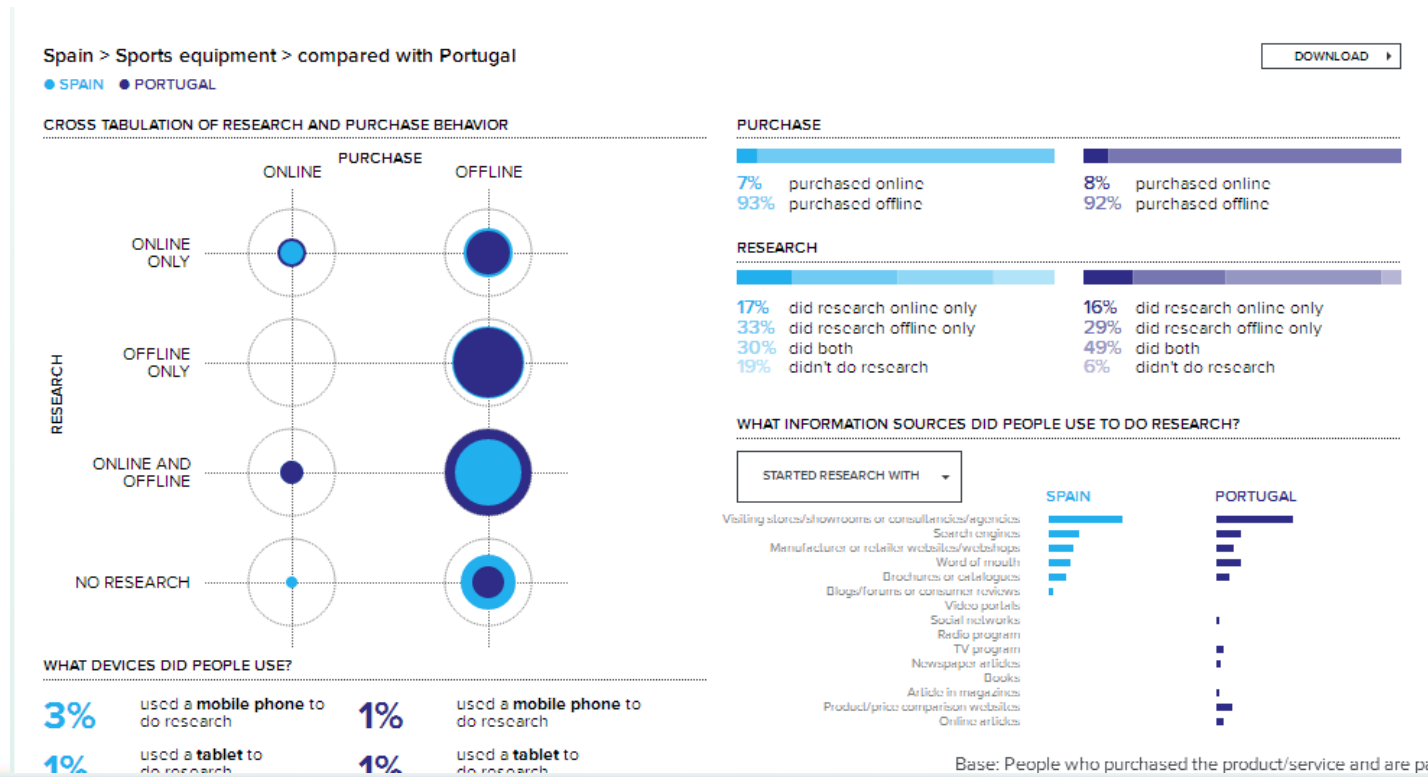
4. Pero todavía queremos saber más. ¿Cuántos usuarios en España buscan productos de fitness, de forma online para terminar su compra offline?



Investigación y estrategia

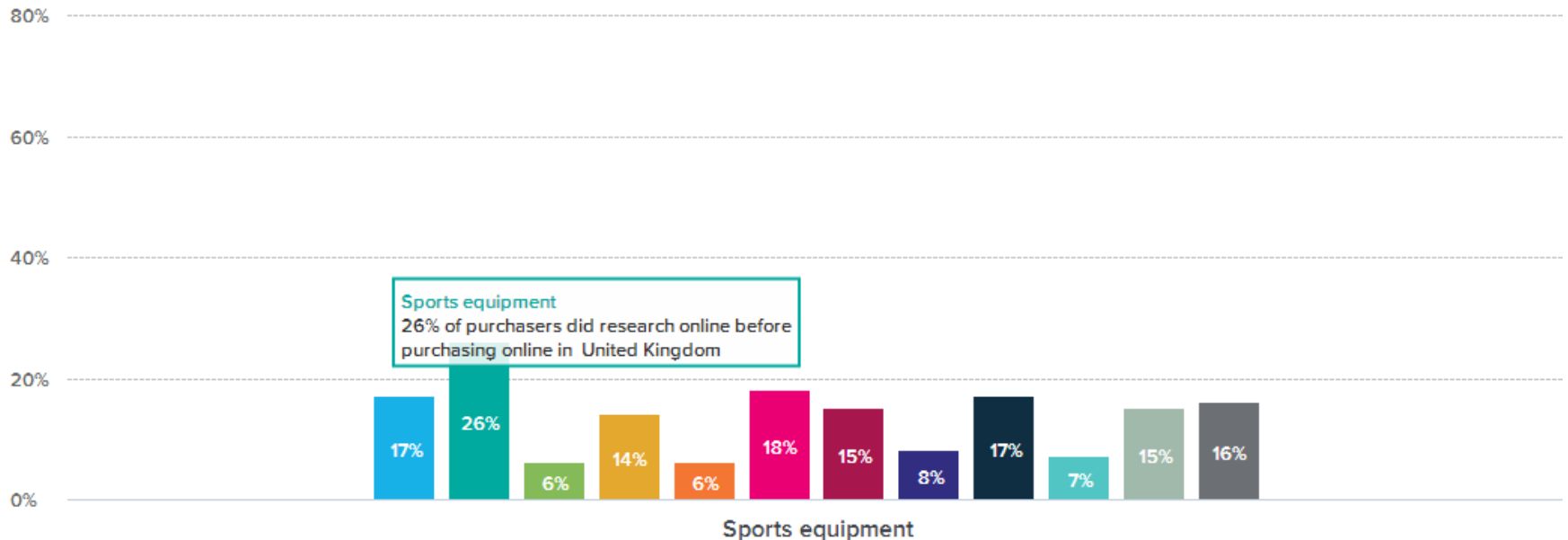
5. Podemos también comparar mercados. Ejemplo:

- ¿Qué % de usuarios compran fitness de forma online en España vs Portugal?
- ¿Cuántos usuarios compran fitness offline en España vs Portugal?
- ¿Cómo buscaron los productos: de forma online y offline?
- ¿Buscaron desde móvil, tablet...?



Investigación y estrategia

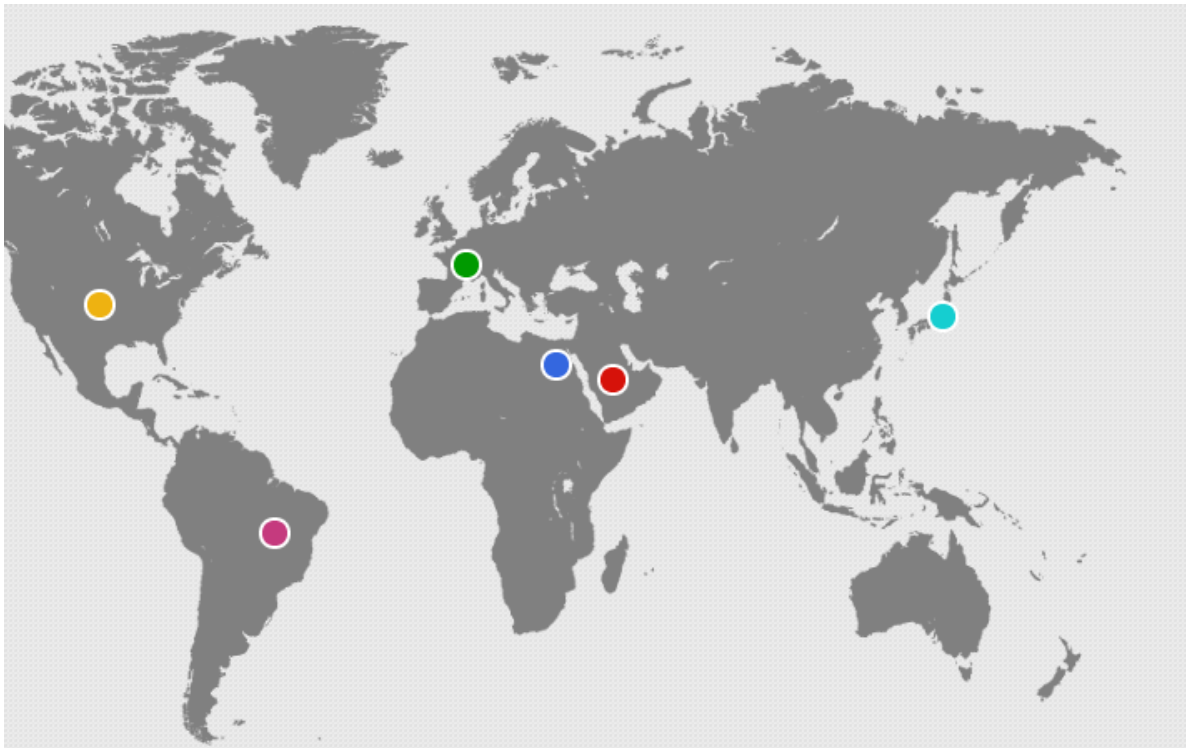
6. O directamente podemos comprobar cuantos usuarios buscan online nuestro producto antes de comprar online



Investigación y estrategia

¿De qué nos sirven estos datos?

- Información relevante: público, volumen de negocio, posibilidad de penetración...



Internacionalización y especialización

Nuestra máxima es internacionalización y especialización

Ofrecer al usuario lo que busca en el momento preciso en que lo busca, al mejor precio y con las mejores condiciones.

Para ello:

- **Acuerdos con fabricantes:** buen catálogo, actualizado, mejores precios, mejores condiciones.
- **Gamas de producto:** gama de producto amplia, es una de las ventajas del e-commerce
- **Categorías de producto:** nuevas categorías
- **Atención al cliente y postventa**
- **Formas de pago:** investigación por país
- **Logística:** mejores condiciones de envío.

Marketing: aprendizaje e investigación

- Acciones externas: marketing de captación (cómo llegar a tu público objetivo) vs marketing de fidelización - "una persona sólo compra 2 veces en la vida una cinta de correr"
- Acciones internas: marketing de producto

Anuncios relacionados con cinta de correr ⓘ

Cintas de correr -59% dto - tool-fitness.es
www.tool-fitness.es/cinta-de-correr
 Hasta -59% en cintas de correr por aniversario. Envíos gratis - 48/72h

Nº1 en Cintas de Correr - La gama mas completa de España
cintas-de-correr.gymcompany.es/
 Entrega gratuita y hasta un 40%off

BH

Cinta de Correr BH Impulse



29% PROMOCIÓN

699,00 €

499,00 €

Comprar ahora

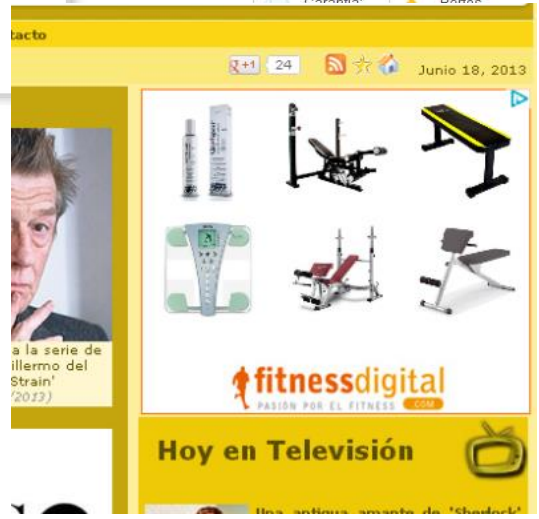
Resultados de Google Shopping para **cinta de correr**

Patrocinado ⓘ

				
Techness Run 200 MP3 2013	Cinta de correr Walk One	Cinta de Correr BH ...	Cinta de Correr iGym ...	Cinta De Correr High ...
449,00 €	299,00 €	499,00 €	359,00 €	365,00 €
tool-fitness.es	FitnessBoutiq...	FitnessDigital	Compragym.es	Befara

Comprar por precio: [Hasta 500 €](#) [500 € – 900 €](#) [900 € – 1500 €](#)

Junio 18, 2013



fitnessdigital
PASIÓN POR EL FITNESS .COM

Hoy en Televisión

Ventajas competitivas

Ventajas de comprar por internet para el cliente

- Ahorro en precio final para el cliente.
- Amplia gama de producto – no stock
- Asesoramiento inmediato
- Variedad de posibilidad de formas de pago



Darle el producto que está buscando, el momento en el que lo está buscando, en las mejores condiciones

“Creemos en la necesidad de aportar un valor añadido a la compra del cliente”

Algunas herramientas

Global Market Finder

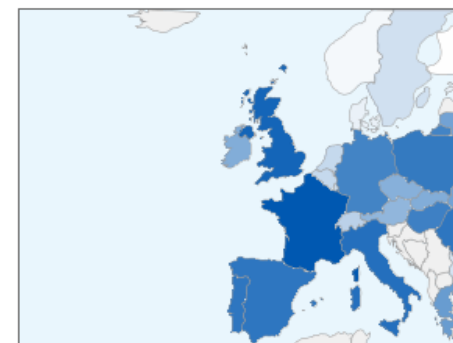
Google Global Market Finder

español

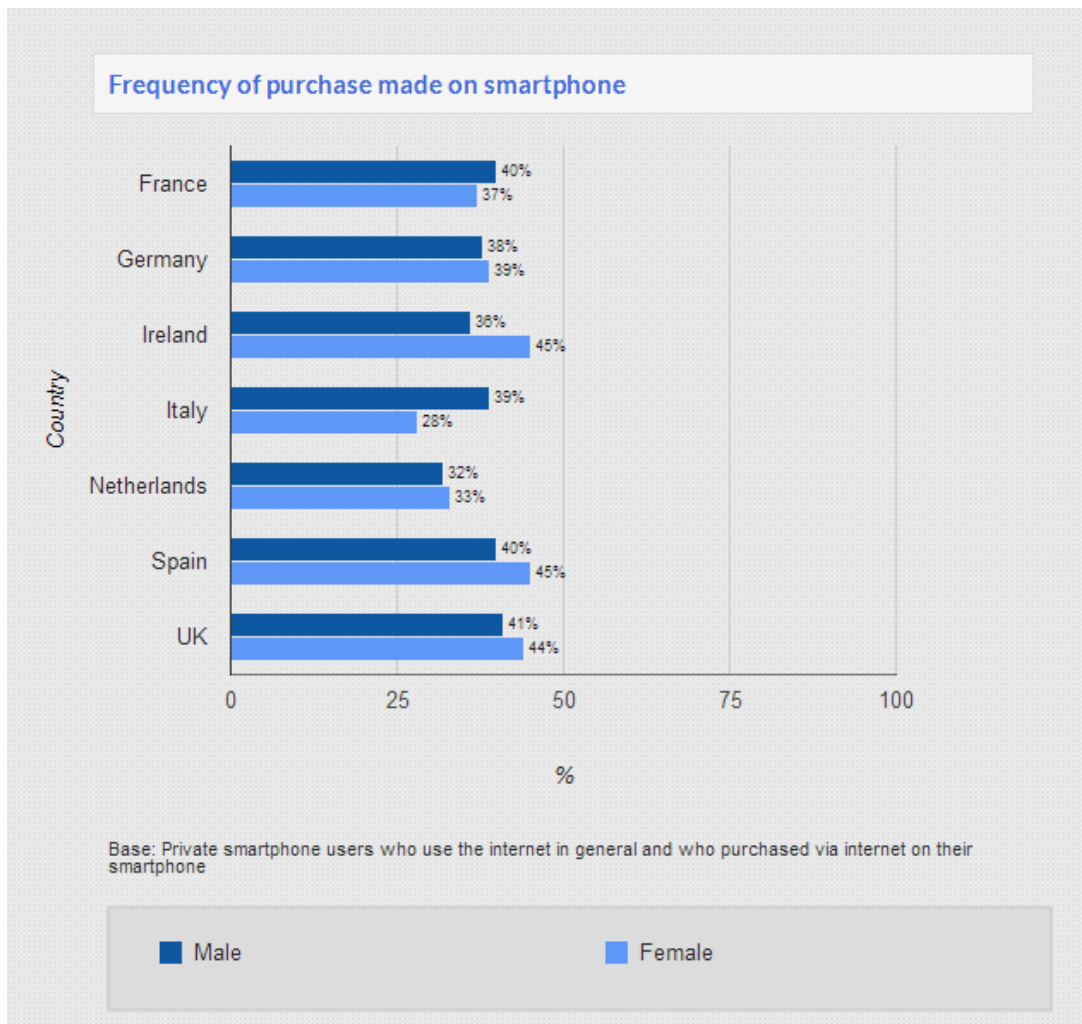
Empresa	Términos de búsqueda	Filtro
<p>País: <input type="text" value="España"/></p> <p>Idioma: <input type="text" value="español"/></p>	<p>Palabras clave: <input type="text" value="cinta de correr
bicicleta elíptica"/></p> <p>Introduzca una palabra clave por línea. ?</p>	<p><input type="text" value="Europa"/></p> <p>Más información sobre los mercados internacionales</p>
<p><input type="button" value="Buscar oportunidad"/></p>		

Distribución geográfica

País	Oportunidad ?	Búsquedas locales mensuales ?	Oferta sugerida ?	Competencia ?
Francia	<div style="width: 100%;"></div>	285.920	1,20 €	<div style="width: 100%;"></div>
francés	<div style="width: 100%;"></div>	283.000	1,21 €	<div style="width: 100%;"></div>
elliptique	<div style="width: 100%;"></div>	135.000	1,10 €	<div style="width: 100%;"></div>
elliptiques	<div style="width: 100%;"></div>	74.000	0,97 €	<div style="width: 100%;"></div>
tapis course	<div style="width: 100%;"></div>	74.000	1,64 €	<div style="width: 100%;"></div>
Muestra sugerencias adicionales de palabras clave de la Herramienta para palabras clave				
inglés	<div style="width: 100%;"></div>	2.920	0,64 €	<div style="width: 100%;"></div>
Reino Unido	<div style="width: 100%;"></div>	114.978	0,77 €	<div style="width: 100%;"></div>



Algunas herramientas

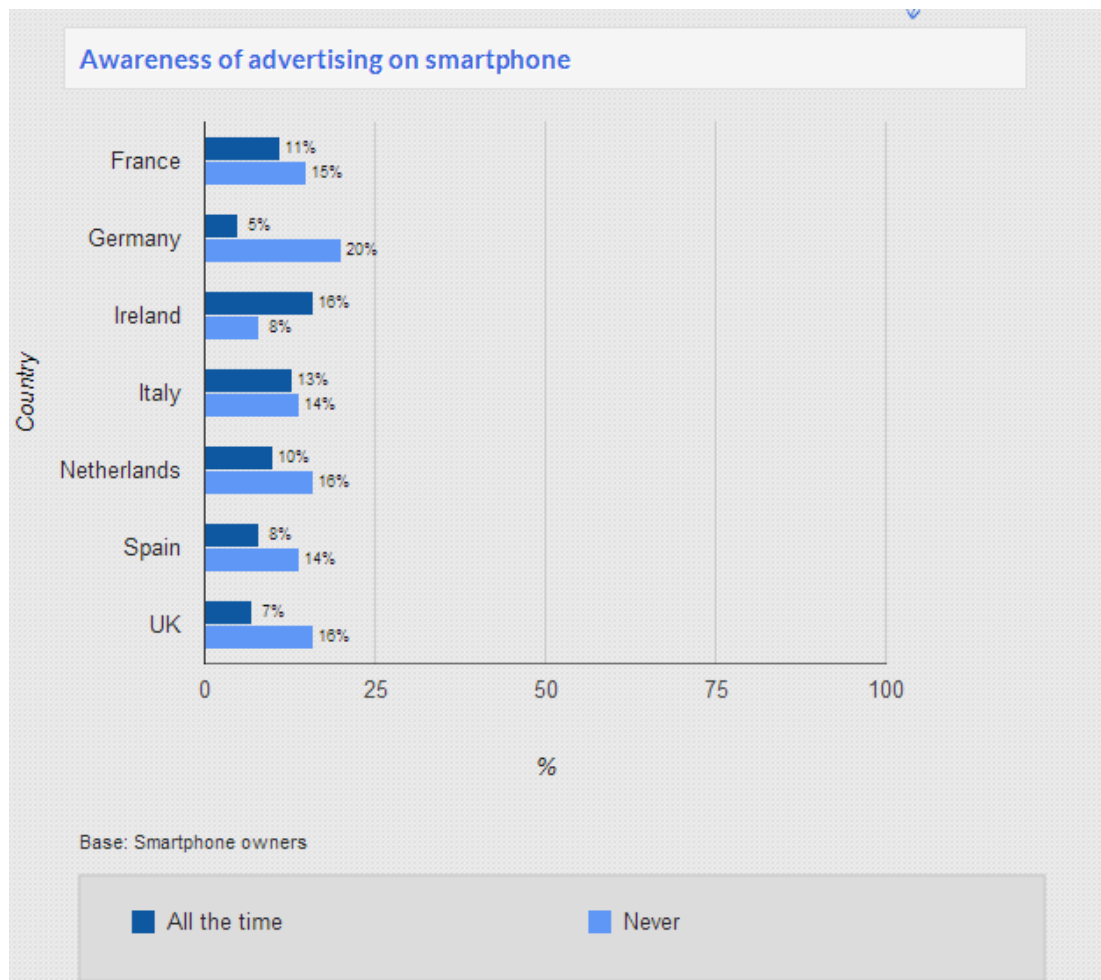


Our mobile planet

Herramienta con la que se puede crear informes segmentados por país sobre la penetración del móvil en los mismos.

1. Por ejemplo, queremos saber cuántos usuarios compran por el móvil con una frecuencia mensual. Y de ese % de usuarios, cuántos son hombres y cuántos son mujeres.

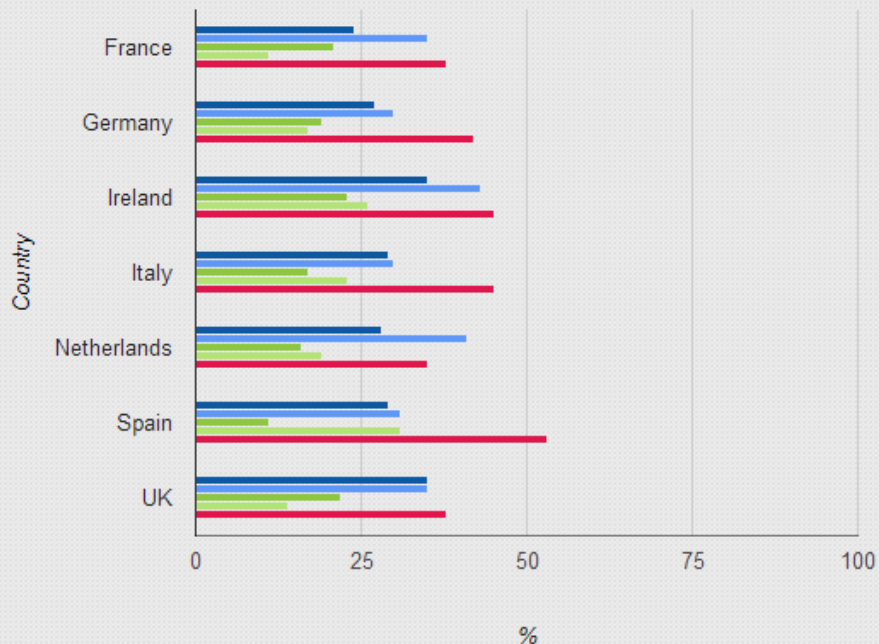
Algunas herramientas



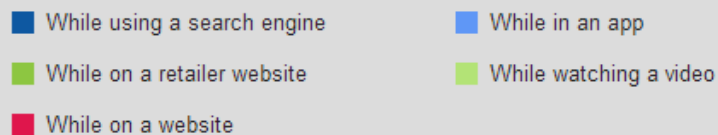
2. O por ejemplo, que % de usuarios se percata de la publicidad en los teléfonos, filtrando por "siempre" vs "nunca"

Algunas herramientas

Where ads were noticed on smartphone



Base: Smartphone owners



3. Y ahora, ¿donde impacta más la publicidad móvil?

- ¿En el motor de búsqueda?
- ¿Mientras que usan una aplicación?
- ¿En la web del retailer?
- ¿Mientras que ven un vídeo?
- ¿Es las webs?

¡Muchas gracias!

Raquel Cortázar
@RaquelCortazar
rcortazar@fitnessdigital.com

