

Proyecto Integrador
Smart Cross

Javier López Lagos
Luisa María López Bello
Jenny Paola Moyano Vega
Karen Nataly Pérez Salazar
María Alejandra Hernández Peña
Nathalia Julieth Cómbita Maldonado

Especialización en Gerencia de
Marketing para Entornos Digitales

Escuela de Administración

25 de mayo
Bogotá, Colombia
2024

Declaramos bajo gravedad de juramento, que hemos escrito el presente proyecto integrador de la Especialización en Gerencia de Marketing para Entornos Digitales por nuestra propia cuenta, y que por lo tanto, su contenido es original. Declaramos que hemos indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información, y que este proyecto integrador de especialización no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

Javier López Lagos.

Luisa María López Bello.

Jenny Paola Moyano Vega.

Karen Nataly Pérez Salazar.

María Alejandra Hernández Peña.

Nathalia Julieth Cómbita Maldonado.

25 de mayo de 2024.

Declaramos que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de sus autores. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en el.

Javier López Lagos.

Luisa María López Bello.

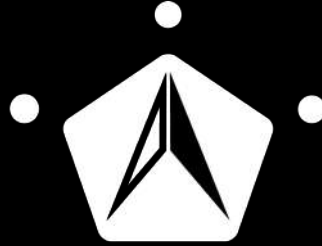
Jenny Paola Moyano Vega.

Karen Nataly Pérez Salazar.

María Alejandra Hernández Peña.

Nathalia Julieth Cómbita Maldonado.

25 de mayo de 2024.



SMART CROSS

ENTREGA FINAL - MARKETING DIGITAL
26 de AGOSTO de 2023

EMPRESA

Creamos productos con altos estándares de calidad e innovación pensados en dar solución a las necesidades de ciclistas, patinadores, usuarios de movilidad eléctrica y motociclistas.

Ofrecemos ropa y accesorios de seguridad que protegen a los usuarios en la vía y ayudan a reducir accidentes.

COLOMBIA

TASA DE ACCIDENTALIDAD

EN 2021
MURIERON

471

Ciclistas en medio de
accidentes viales en Colombia



HISTORIA



Smart Cross nace de una apasionada por el ciclismo que como usuaria identificó una necesidad de seguridad que los productos que utilizaba no le ofrecían y de allí nace la marca, para proporcionar seguridad y dar solución a todas las necesidades de los usuarios en la vía con artículos multifuncionales, diseñando productos con los más altos estándares de calidad que ofrecen mayores beneficios. La marca busca promover la seguridad de todos con ropa y accesorios de uso diario para reducir accidentes en la vía. Slogan "La alegría de rodar seguros con SmartCross"

HISTORIA DE SMART CROSS



ABRIL 2020

Nace la idea entre Jessica y Jaime de crear una marca colombiana de ropa y accesorios, administrando el diseño, fabricación y distribución desde Colombia ofreciendo un kit de seguridad.

JUNIO 2020

Iniciamos trabajando en la programación de las PCB y pruebas de los componentes electrónicos para los guantes de luces direccionales. Investigación de insumos y proveedores.

DICIEMBRE 2020

Realizamos moldes y prototipado de cada producto e iniciamos ventas orgánicamente con nuestra base de datos y redes sociales.

JUNIO 2021

Lanzamiento de e-commerce en Colombia, obteniendo un crecimiento orgánico en internet por las búsquedas y por medio de marketplaces: mercado libre, rappi y facebook con pedidos diarios que permiten conocer mejor las necesidades del mercado y productos destacados.

DICIEMBRE 2021

Consolidación de clientes fijos de clubes de ciclismo: 4 en Bogotá y 1 en Washington, ciclistas a nivel nacional en Colombia, usuarios de scooter en Bogotá, motociclistas y empresas en Colombia y Estados Unidos.

JUNIO 2022

Hemos vendido nuestros primeros prototipos de productos durante 2 años para la invertir en el desarrollo del catálogo de 18 productos. Abrimos canal de amazon, shopee, mercado libre y tenemos posibilidad de crecimiento en canales digitales y físicos para mercados B2B y B2C.

MISIÓN

Crear y distribuir productos innovadores al por mayor y al detal, para ofrecer un kit de seguridad que proporcione protección completa a ciclistas, patinadores, usuarios de movilidad eléctrica y motociclistas, creados con altos estándares de calidad y tecnología.

VISIÓN

En 2028 ser la marca elegida por los deportistas y usuarios de movilidad sostenible principalmente en Colombia, y entrar al mercado de USA y potencialmente al mercado Europeo, como referente en seguridad, tecnología e innovación comprometidos con el bienestar de los usuarios.

PROPUESTA DE VALOR

Proporcionamos seguridad a través de tecnología en ropa y accesorios de uso diario innovadores y personalizados.



VALORES de la marca

SEGURIDAD

Personal por medio de tecnología en artículos de uso diario proporcionando visibilidad en la vía.

PROTECCIÓN

Ante choques y agentes externos como: otros usuarios de movilidad, viento, calor, frío, lluvia y sol.

INNOVACIÓN

Con integración de tecnología, diseño multifuncional y personalización de todos nuestros productos.

1

2

3

LO QUE HACE DIFERENTE A NUESTROS PRODUCTOS



- Visibilidad
- Multifuncionalidad
- Seguridad
- Protección
- Personalización
- Innovación

PRODUCTOS

www.smartcross.com.co

CATEGORÍAS



Jerseys



Pantalónetas



Guantes



Chaquetas



Morralas



Accesorios

1

CATEGORÍA

MORRALES REFLECTIVOS E IMPERMEABLES

Visibilidad a 300 metros de distancia

**ALFORJA & CANGURO**

Chapas para ajustar a marco
o manubrio y correas para
canguro.

Alto 40 × Ancho 60 cm **\$ 80.000 COP**

**HIDRACION BAG 360°**

Bolsa agua 2 Litros con
manguera y morral de 10
litros.

Dimensiones: 38 × 26 × 10 cm

\$121.500 COP

**LAPTOP BACKPACK**

26 Litros,
Dimensiones: 50 × 35 × 15 cm
Color: Gris perla o Negro con
2 líneas grises.

\$ 121.500 COP

**SPORT BACKPACK 360°**

10 Litros
Dimensiones: 38 × 26 × 10 cm

\$121.500 COP

2

CATEGORÍA

JERSEY CICLISMO ÉLITE CICLISMO

MANGA LARGA O CORTA



\$185.000 COP

\$195.000 COP

Telas con filtro UV, antimanchas y antibacterial en corte láser y costura plana. Laterales en malla, bolsillo secreto y línea reflectiva.

3

CATEGORÍA PANTALONETAS



\$185.000 COP



\$250.000 COP



\$325.000 COP



\$335.000 COP

CULOTTE CICLISMO ÉLITE CON BADANA ITALIANA

Convencional / 3 costuras con o sin tirantas (en malla o cinta) / larga o corta. Personalización en todas la áreas y 3 costuras banda elástica.

CULOTTE CICLISMO ELITE CON BADANA ITALIANA

SIN COSTURAS
Con o sin tirantas (en malla o cinta) y larga o corta. Personalización en todas las áreas.

SPEEDSUIT O SKINSUIT

Enterizo con badana Italiana Corte enfocado al rendimiento.
Tejido licra con cremallera larga y personalización en banda elástica ancha.

4

CATEGORÍA GUANTES



GUANTES REFLECTIVOS DEDO LARGO

\$ 125.000 COP

Diseñados para proporcionar seguridad, comodidad y protección con innovación integrando:

- Reflectivo de alta visibilidad para pedir el paso con el movimiento natural de la mano.
- Almohadillas en gel ubicadas en la palma para aliviar fatiga, presión y vibraciones. Además proporciona amortiguación excepcional de impactos.
- Antideslizante para mejor agarre.
- Ventilación en palmas para transpiración.
- Dedo índice y pulgar touchscreen.
- Toalla para sudor

GUANTES REFLECTIVOS DEDO CORTO

\$ 115.000 COP



5

CATEGORÍA
CHAQUETAS



\$ 185.000 COP

6

CATEGORÍA ACCESORIOS



CUELLITO

\$25.000 COP



MEDIAS
compresión
reflectivas

\$23.500 COP



MANGUITOS
Lycra o térmico

\$40.000 COP



GORRA DE CICLISMO

Filtro UV

\$35.000 COP



PERNERAS

Lycra o térmico

\$50.000 COP

CLIENTES



www.smartcross.com.co

NICHOS DE MERCADO



Clubes oficiales



Tiendas especializadas



Ciclistas profesionales



Usuarios bici, scooter y patines



Motociclistas

PERFIL

del consumidor

Ciclista MTB y ruta: Ruedan en grupo o pareja, se ponen metas y comparten los kilómetros recorridos en sus redes sociales.

Ciclista y usuario de patineta urbano: Ruedan solos cuando usan la bicicleta como medio de transporte. Les gusta recorrer nuevos caminos y paisajes. Escuchan a sus colegas y amigos y hacen compras por referencia y voz a voz. Compran a marcas que reconocen y le dan oportunidad a nuevas..



Ciclista MTB y ruta: Les gusta estar cómodos y livianos para rutas largas. Requieren ropa e indumentaria para cada parte del cuerpo debido a los largos recorridos.

Ciclista y usuario de patineta urbano: Se preocupa por mantenerse y mantener sus objetos a salvo de la lluvia, protegerse del sol y el viento. Busca tener suficiente espacio para transportar sus artículos personales a diario. Le preocupa mantenerse visible en situaciones de poca luz y le importa su seguridad personal.

DESCRIPCIÓN del MERCADO



Segmentación geográfica

Nuestros clientes se encuentran ubicados en Colombia en zonas rurales y urbanas



Segmentación demográfica

Hombres y mujeres entre los 18 a los 55 años. Niños y adolescentes de los 4 a los 17 años.



Segmentación conductual

Compran ropa y accesorios por unidad y artículos complementarios por internet, redes sociales y puntos físicos a marcas que reconocen y a nuevas marcas que tengan calidad y diseño original.



Segmentación conductual

Ciclistas de ruta, BMX, montaña y urbano; Patinadores urbanos y profesionales; Usuarios de movilidad eléctrica en patineta o bici; Motociclistas; Deportistas y runners. Con un nivel socioeconómico medio y alto, con acceso a estos medios para ocio o transporte, que se interesan por: tráfico, vías, calidad, usos, visibilidad, seguridad y protección de agentes externos.



Segmentación por industria y Producto

Hacemos parte de la industria de ropa y accesorios deportivos que integran tecnología.

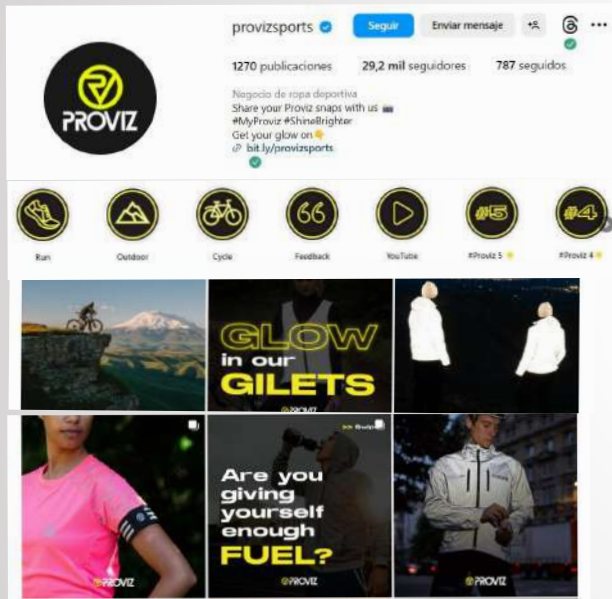
Curbrimos el cuerpo completo con un catálogo de: casco, buff, jersey, culotte, manguitos, perneras, medias, guantes, chaquetas y morrales.

COMPETENCIA

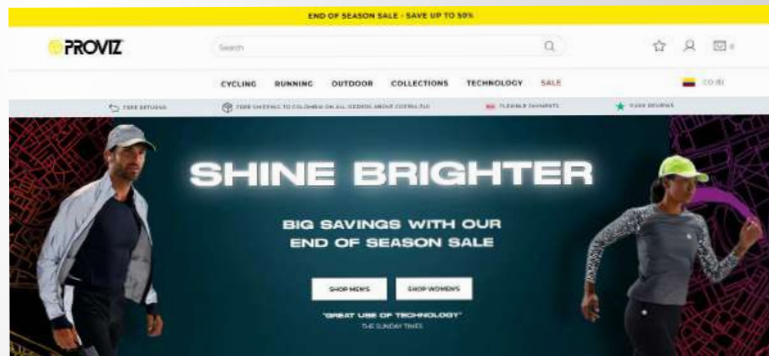


PROVIZ SPORT

LINK WEBSITE



Proviz es una marca deportiva internacional galardonada con múltiples premios, distribuida en 40 países, vendida en línea a nivel mundial y reconocida como una de las marcas deportivas más innovadoras del mundo. Todo comenzó en Londres en 2008

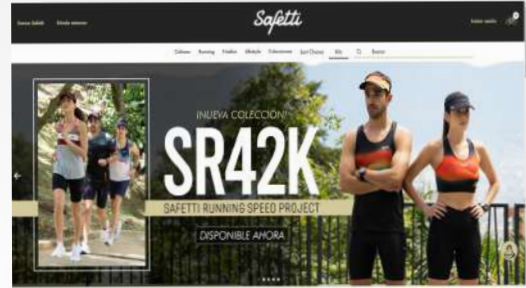


SAFETTI

LINK WEBSITE



<https://www.youtube.com/user/safeticol>



<https://www.tiktok.com/@safetticolombia>



Día tras día estudian la forma como se diseña y fabrica la ropa deportiva alrededor del mundo: evalúan, comparan y dicen el “cómo” y “por qué”. Rompen paradigmas en el momento de crear prendas deportivas.

KOM SPORT

LINK WEBSITE

WEB SITE



komsports.official

3,059 Publicaciones 93.2 mil Seguidores 1,579 Seguidos

KOM Sportswear®
Ropa (marca)
Fabricantes de Accesorios Para Deportistas
Email: comercial@komsportswear.com
Ventas / Sales: + 57 312 580 8450 / +57 310 726 9301
Av cra 45 #118-79, Bogotá, Colombia
Ver traducción
www.komsportswear.com



komsports.official

HORARIOS... TABLA TAL... OUTFITS KOM 118 SOPORTE

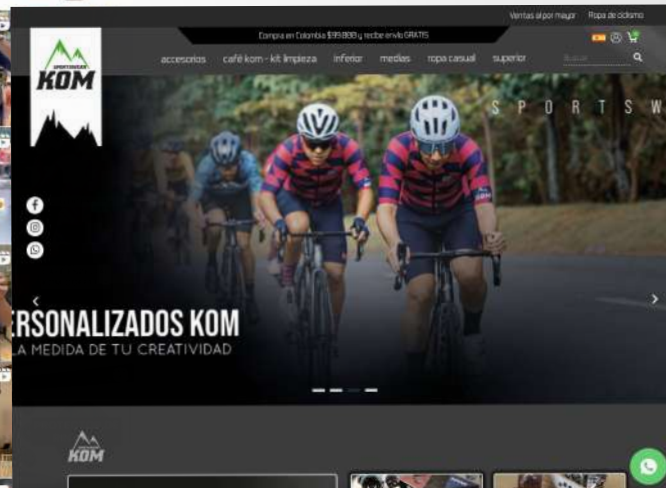
ENTERIZO KOM

JERSEY GIRO KOM

¡Ame mi trabajo!

MEDIAS AERO KOM

GORRA CASUAL KOM



Campaña en Colombia \$95.000 y recibir envío GRATIS

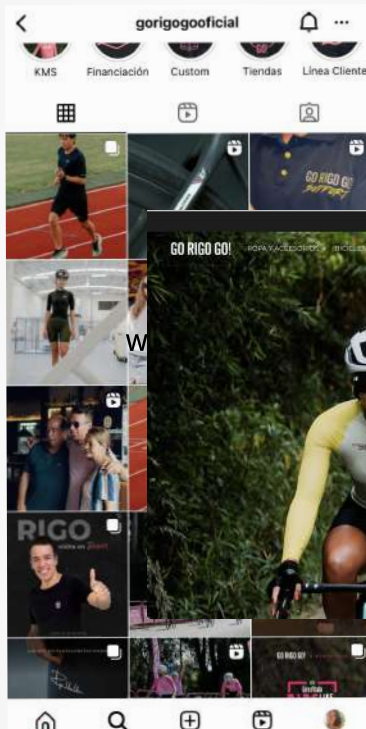
accesorios café kom - kit limpieza infantería medias ropa casual superior

SPORTS W

PERSONALIZADOS KOM
A MEDIDA DE TU CREATIVIDAD

GO RIGO GO

LINK WEBSITE



WEB SITE

BENCHMARK COMPETENCIA



Descripción

Jersey

Precio/Presentación

\$ 146.000 - \$215.000

Material

Material 90% impermeable, tejido lateral brishtech, cuenta con tecnologías T-sun T-Dry- T-Color, cuenta con mas de 11 diferentes tipos de estilos y colores trabaja con textiles de Lafayette Sports, diseños 100% personalizados

Canales de Comunicación

Instagram, Facebook, Pagina WEB, correo Electronico, WhatsApp



Jersey

\$ 140.000 - \$312.000

Tejido ligero que absorbe la humedad y se estira en cuatro direcciones.

Tiras de silicona en dobladillo y brazos.

Altamente transpirable, cuenta con tres bolsillos traseros

Material: mezcla de 180 g/m² de tacto suave, 84 % poliéster/16 % licra

Lavable en la lavadora

Instagram, Facebook, Pagina WEB, correo Electronico, WhatsApp

BENCHMARK COMPETENCIA



GO RIGO GO!

Descripción

Jersey

Precio/Presentación

\$232.000 - \$ 326.000

Marca reconocida desde el 2005, diseña y fabrica la ropa deportiva alrededor del mundo, probadas por atletas de verdad.

Material

Tejido liviano Infinite con elastán, transporte de humedad, secado rápido, control de olores y protección solar UPF 30 - 50

Canales de Comunicación

Instagram, Strava, zwift,
Facebook, Pagina
WEB, correo
Electronico, WhatsApp

Jersey

\$110.000 - \$299.000

Diseñado con materiales resistentes y transpirables, mantén tu cuerpo fresco y seguro en cualquier tiempo. Su diseño único ofrece la comodidad y libertad de movimiento que necesitas para aprovechar al máximo cada recorrido.

Instagram,
Facebook, Pagina
WEB, correo
Electronico, WhatsApp

NUESTROS CANALES

Comunicación

INSTAGRAM



Smartcross
Producto/servicio
Tecnología en ropa y accesorios
Kit de Seguridad y protección 🛼 🛼 🛼
Envíos nacionales 🇨🇴... más
Bogotá, Colombia
Ver traducción

197 Publicaciones 1,431 Seguidores 1,543 Seguidos

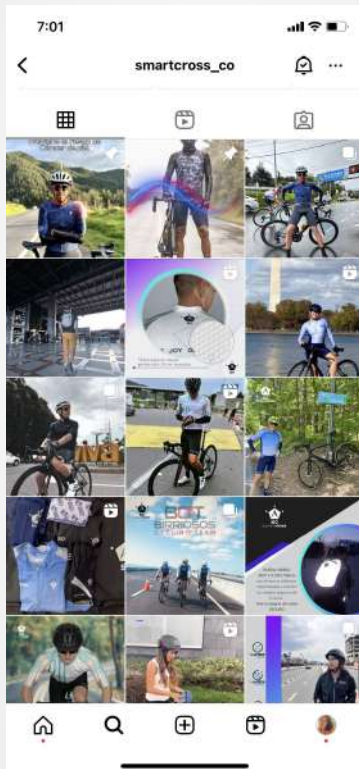


5:51 4G

Panel para profesionales

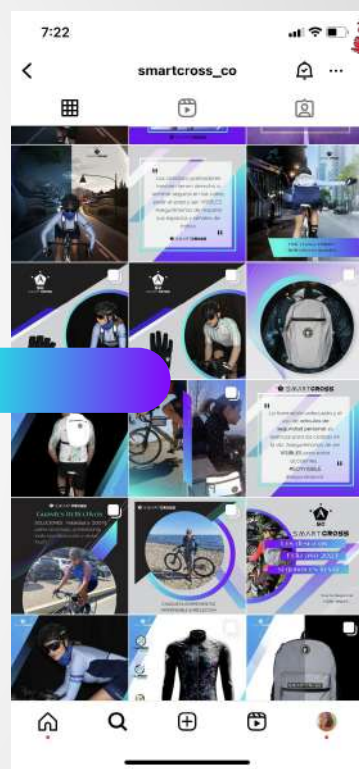
Estadísticas 24 jul. - 22 ago.

Cuentas alcanzadas	3.299	+483%
Cuentas que interactuaron	69	+305%
Total de seguidores	1.430	+0,3%
Contenido que compartiste	20	



7:01 smartcross_co

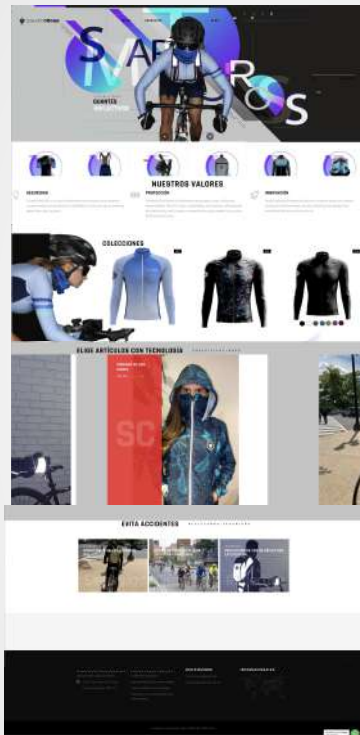
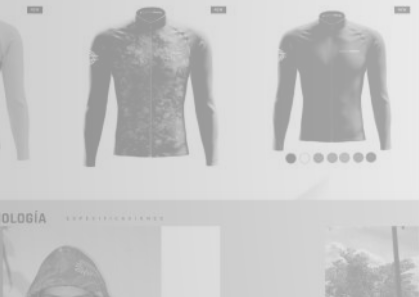
Grid of 12 posts showing cycling gear, riders, and promotional content.



7:22 smartcross_co

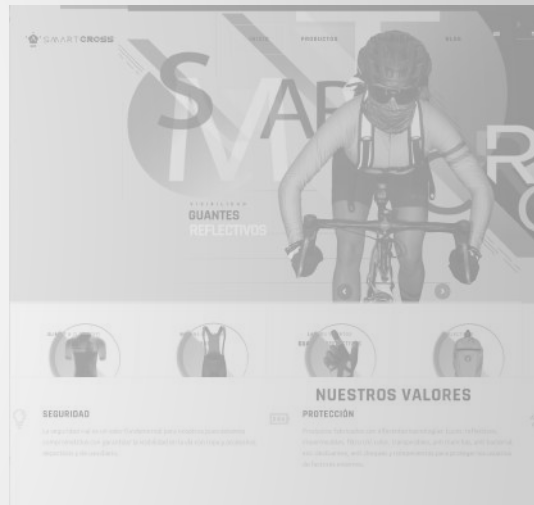
Grid of 12 posts showing cycling gear, riders, and promotional content. A large purple and blue gradient overlay is present on the left side of the grid.

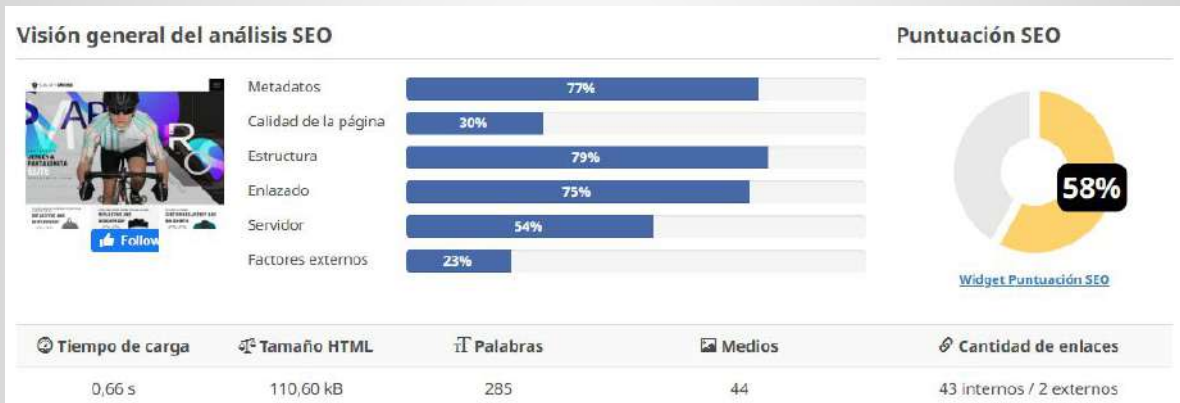
WEB SITE



www

Página web





En la visión general de nuestra página, podemos evidenciar que nuestra puntuación de SEO corresponde a un 58%, siendo este un porcentaje intermedio que nos va a permitir intervenir de manera más inmediata para lograr alcanzar la optimización del contenido de la página a fin de que los posibles usuarios de la marca descubran a través de éstos buscadores orgánicos de los productos de la empresa.

Palabras clave orgánicas ?



21 jul 2023 - 21 ago 2023

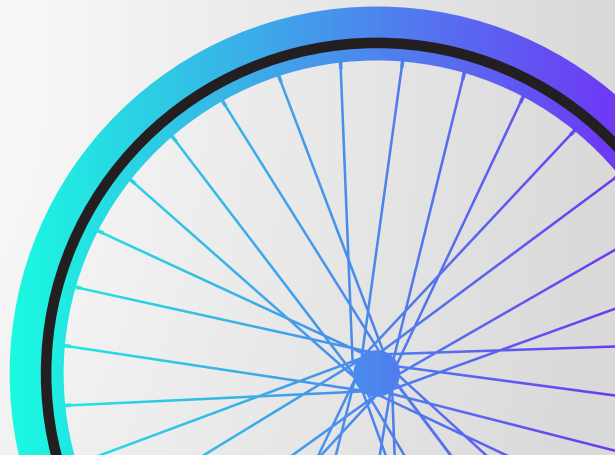
Alcance: Dominio raíz |  Colombia ▼ |  Escritorio

Nuevas Mejoradas En declive Perdidas



Palabras clave	Posición	Volumen	Tráfico ☰
chaquetas camufladas	3 → 3	480	37,5%
chaqueta reflectiva hombre	11 → 11	880	25%
buff cuello personalizado	3 → 3	90	9,09%
chaqueta reflectiva	18 → 18	2900	9,09%

Encontramos que las principales palabras orgánicas, para los productos de la empresa a fin de atraer tráfico orgánico desde la página web, se encuentran representadas en un 37,5% con las chaquetas camufladas seguida de chaqueta reflectiva hombre, siendo importante esta data para para potenciar los keywords a fin de atraer más visitas orgánicas.



Smartcross



Smartcross

153 Me gusta · 160 seguidores

Movilízate con artículos de seguridad diariamente diseñados con materiales de calidad para ciclistas

WhatsApp Mensaje

Me gusta

Publicaciones Información Más

Detalles

Página · Deportes y recreación

cra 12 # 109 - 46. Bogotá, Colombia

Smartcross

Publicaciones Información Más

Publicaciones de Smartcross

Smartcross
ago. 1 · 🌐

🌟 Trabajamos en ropa y accesorios con tecnología para ayudarlos a cruzar el camino seguros, protegidos y con ... Ver más



1

Me gusta Comentar Compartir

Smartcross

Publicaciones Información Más

Me gusta Comentar Compartir

Smartcross está en Medellín.
jun. 4 · 🌐

¡Feliz día de la Bici 🚲! Hoy es el día de salir a rodar y celebrar la alegría de rodar seguro con @smartcross_co ... Ver más



1

Me gusta Comentar Compartir

Smartcross

Publicaciones Información Más

Me gusta Comentar Compartir

Smartcross está en Colombia.
may. 2 · 🌐

RUEDA VISIBLE 360° Y A 300M 🚲🌧️rueda tranquil@ protegido de la lluvia 🌧️ y visible con reflectivo 🌟. *Vive la alegría de rodar seguro con @sma...* Ver más



RUEDA VISIBLE
360° Y A 300 Metros
con el morral reflectivo.
Impermeable y mantén
tus objetos seguros de
la lluvia.
Vive la alegría de rodar
SEGURO

Jessica Jaimes y una persona más

Me gusta Comentar Compartir

Analíticas web

798 ↑

Páginas vistas

351 ↑

Visitas

325 ↑

Visitantes

0

Publicaciones

0

Comentarios



26.6

Vistas diarias de la página

11.7

Visitas diarias

10.83

Visitantes diarios

2.46

Páginas vistas por visitante

0

Publicaciones por semana

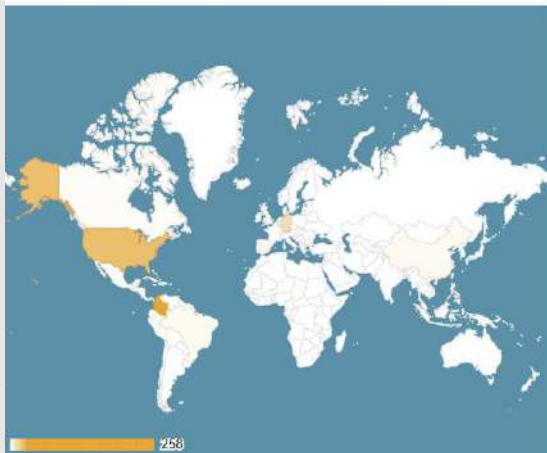
-

Comentarios por publicación

En el siguiente gráfico se puede apreciar del desempeño de la página en lo corrido del año 2023 en los meses julio - agosto, es importante destacar que se encontró un aumento significativo de las visitas dentro de la página, para la semana tres del mes de agosto y se ha mantenido en crecimiento y decrecimiento con tendencia a el aumento al iniciar con la semana 4 del mes actual.

Datos tomados de: Metricool

Países de los visitantes



Pais	Visitantes↓	Porcentaje
co Colombia	258	79.38%
us Estados Unidos	24	7.38%
de Alemania	13	4.00%
es España	4	1.23%
cn China	3	0.92%
br Brasil	3	0.92%
ca Canadá	2	0.62%

Filas por página:

5

1-7 de 21

La gráfica de países visitantes nos da un acercamiento puntualizado sobre como la marca tiene una tendencia del mas de 258 visitas en colombia seguido de ee.uu. con un no menos porcentaje del 7,38% siendo muy positivo y primordial ya que permitirá que la empresa incursione en expandir su sitio web, blogs y tienda online.

Páginas vistas [?]

URL	Páginas vistas ↓	Porcentaje
/	263	32.96%
/en/home/	70	8.77%
/2021/08/18/regulacion_de_	40	5.01%
/etiqueta-producto/chaque	36	4.51%
/producto/morral-reflectivo	32	4.01%

Filas por página:

5

1-5 de 79



Fuentes de tráfico

Fuente	Accesos ↓	Porcentaje	
google.com	185	46.60%	>
Directo	153	38.54%	
Instagram.com	33	8.31%	>
facebook.com	7	1.76%	>
bing.com	6	1.51%	>

Filas por página:

5

1-5 de 12



El tráfico de la página web nos muestra las visitas obtenidas de las diferentes fuentes donde podemos evidenciar que el 32, 96% proviene de google.com y el tráfico directo en un menor porcentaje, los usuarios tienen gran interés de chaquetas y morrales reflectivos.

Visión general



En el siguiente gráfico podemos apreciar que la página de Facebook aumentó y se ha mantenido constante en el crecimiento de sus seguidores, durante la semana 3 y 4 del mes de agosto, también se puede apreciar que no existe interacción constante por éste canal.

Datos tomados de: Metricool

NUESTROS CANALES

Distribución



PÁGINA WEB:

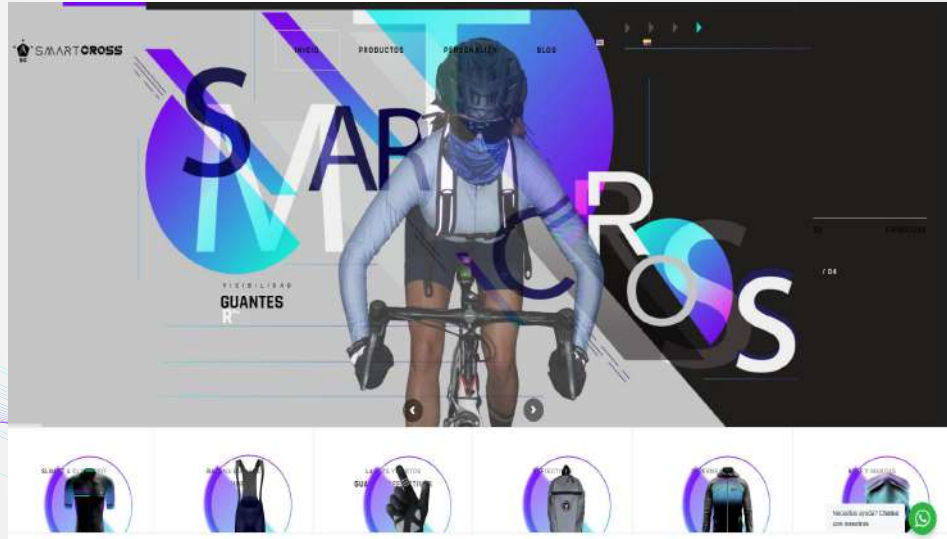
LINK

[HTTPS://SMARTCROSS.COM.CO/](https://smartcross.com.co/)

DESCRIPCIÓN:

Se encuentra funcionando desde junio del 2021 obteniendo un crecimiento con pedidos diarios que permiten conocer mejor las necesidades del mercado y productos destacados como lo son los morrales reflectivos. Actualmente es el canal donde se obtienen mayores ventas. En la sección de productos tenemos 7 categorías (morrales, guantes, jerseys, pantaloneta ciclismo, enterizo, accesorios y chaquetas).

La página web también cuenta con el botón de ayuda por WhatsApp Business.



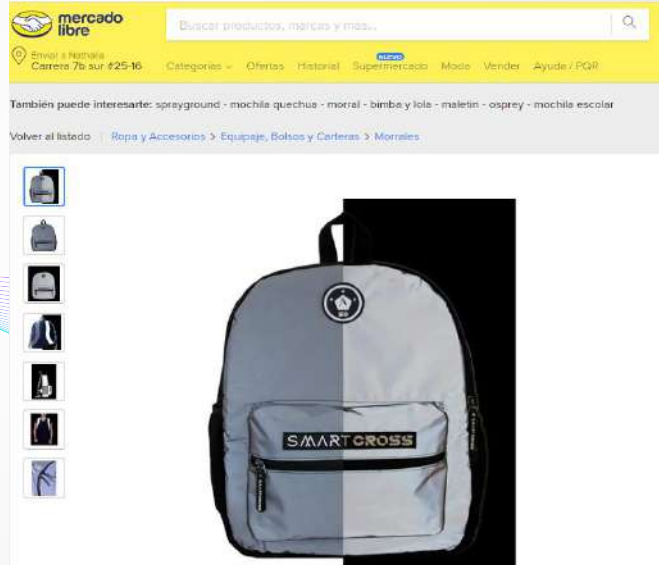


MERCADO LIBRE:

[LINK](#)

DESCRIPCIÓN:

La empresa en mercado libre actualmente tiene presencia con las maletas reflectivas, es el segundo canal de la empresa que genera más ventas y goza de excelentes comentarios destacando la calidad y comodidad de nuestros productos..





TÍENDA FÍSICA:

LA RUEDA EL PORTICO (CHIA)



DESCRIPCIÓN:

La empresa cuenta con este aliado estratégico donde ha permitido la introducción de los siguientes productos: Morrales, guantes, bolso cruzado reflectivo, con el objetivo de ampliar el portafolio de producto.



LINIO:

LINK



DESCRIPCIÓN:

En este market place tenemos, Guantes dedo largo, dedo corto, morral deportivo 10 L, morral 26 L y alforja

The screenshot shows the LINIO website interface. At the top, there is a navigation bar with the LINIO logo, a search bar containing 'Busca productos', and links for 'Iniciar Sesión', 'Mis pedidos', and 'Carrito'. Below the navigation bar, there is a breadcrumb trail: 'Inicio / Deportes / Accesorios Deportivos / Mochilas y maletas deportivas / Mochilas deportivas / Morral reflectivo impermeable Smartcross 10 Litros'. The main content area features a large image of a light blue and black backpack. To the left of the main image is a vertical gallery of four smaller product images. To the right of the main image, the product details are displayed: 'Morral reflectivo impermeable Smartcross 10 Litros', 'Marca Genérica - 48 disponibles', a price of '\$125.000', and a note 'Acumula hasta 125 CMR Puntos'. Below this, there is a green box indicating a discount: 'Envío \$9.000' with the text 'Recíbelo del 24 al 25 de agosto en Usaquén' and a link 'Calcular envío en esta dirección'. At the bottom right, there is a quantity selector set to '1' and an orange 'Añadir al carrito' button.



FALABELLA:

LINK








falabella.com Menú Hola, inicia sesión Mis compras

ENVÍO GRATIS en miles de productos a partir de **\$149.000* COP** *Aplican ETC. Ver falabella.com/categoria/galaxia

Ingresar tu ubicación Walmart HOME CENTER CO INO Vende en falabella.com Target y cuentas Venta telefónica Historial Ayuda

DESCRIPCIÓN:

La empresa cuenta con 5 líneas de productos dentro de Falabella online desde el 2022, cuenta con envío gratuito para Morral reflectivo impermeable Smartcross Portatil 26 Litros. Falabella es uno de los grandes aliados estratégicos para la marca en venta online.

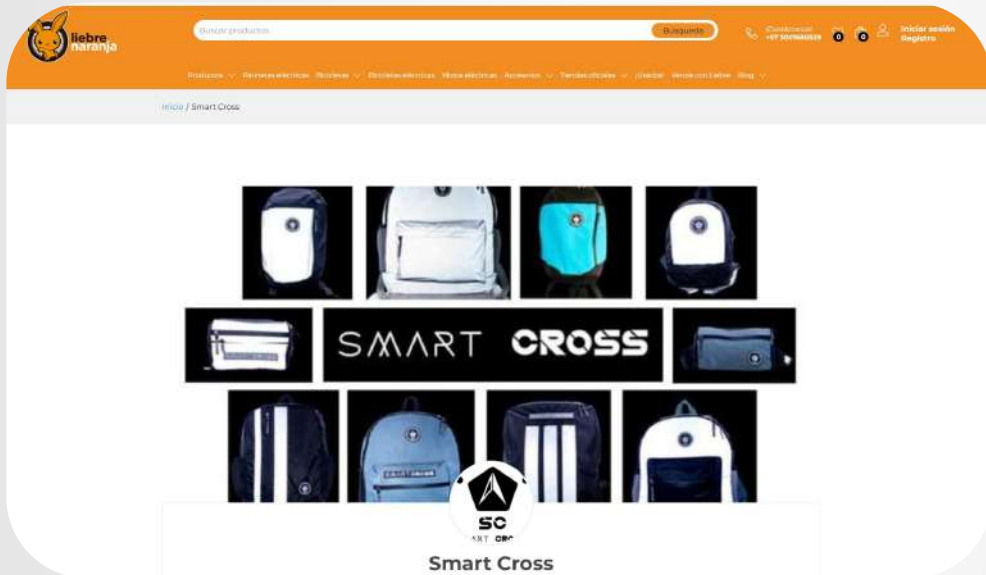
 <p>GENÉRICO GUANTES DEDO LARGO REFLECTIVOS... Por Bihure Sas</p> <p>\$ 125.000</p>	 <p>GENÉRICO Morral reflectivo Impermeable Smartcross... Por Bihure Sas</p> <p>\$ 150.000</p> <p>Ver Detalles</p>	 <p>GENÉRICO Guantes Dedo Corto Reflectivos Smartcross... Por Bihure Sas</p> <p>\$ 115.000</p>	 <p>GENÉRICO Morral reflectivo Impermeable Smartcross... Por Bihure Sas</p> <p>\$ 125.000</p>
 <p>GENÉRICO Alforja Bihure cruzado Reflectivo Impermeable... Por Bihure Sas</p> <p>\$ 80.000</p>			



LIEBRE NARANJA



[LINK](#)



Descripción:

En este momento cuenta con 3 líneas de productos dentro de Liebre naranja online, cuenta con envío gratuito para Morral reflectivo gris perla para bicicleta ,Portátil 26 Litros. Liebre naranja es uno de los grandes aliados estratégicos para la marca en venta online.



RAPPI:

[LINK](#)**DESCRIPCIÓN:**

Este es el nuevo canal en el que estamos incursionando, actualmente se encuentra en actualizaciones.



The screenshot shows the Rappi app interface. At the top, there is a navigation bar with the Rappi logo, a location pin for 'KR 7 B # 25 SUR - 16', and a search bar with the text 'Buscar productos'. Below the navigation bar, there is a header for the store 'SMART CROSS C...' with a back arrow and a logo. The main content area features a product listing for 'Ropa Deportiva' with a price of '\$ 100.000' and a 'Ver todos' button. There are also buttons for 'Tarifas' and 'Ver info.'.

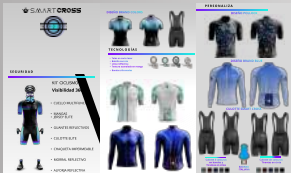
INBOUND OUTBOUND



OUTBOUND MARKETING

Actualmente la empresa se encuentra realizando campañas POP, con el uso e implementación de habladores, Banner, Trípticos, con aliados estratégicos en el sector de Chía específicamente en el pòrtico.

Tríptico



Banners

SMARTCROSS
Ropa & Accesorios multifuncionales

WWW.SMARTCROSS.COM.CO

• THE WAY OF SAFETY •

INNOVACIÓN
SEGURIDAD
TECNOLOGÍA

PERSONALIZA TU UNIFORME

- Elige los productos de tu kit de seguridad y obtén descuento en el total.
- Elige el tamaño, color, cantidad y añéjale texto o una imagen.
- Recibe 2 propuestas de diseño.

Siente la alegría de rodar **SEGURO**

+57 3017942325 @SMARTCROSS.CO

SMARTCROSS
Ropa & Accesorios multifuncionales

WWW.SMARTCROSS.COM.CO

INNOVACIÓN
SEGURIDAD
TECNOLOGÍA

+57 3017942325 @SMARTCROSS.CO

Habladores

SMARTCROSS KIT CICLISMO

ARMA TU KIT DE SEGURIDAD DESDE 2 PRODUCTOS
DESCUENTOS
2 PROD 5% DESDE 3 PROD 10%

SMARTCROSS MEDIOS DE PAGO

NIS QUI
CUENTA BANCOLOMBIA DE AHORROS
NEQUI - DANIELA
317473795

LINK PAGOS
DATAFONO

SMARTCROSS PERSONALIZA

HTTP://FORMS.GLE/PAL3ZCCKXQVEP8N

1. NOMBRE Y GÉNERO / TALLA
2. SELECCIONA PRODUCTOS
3. COLOR O COLORES
4. TEXTO PERSONALIZADO
5. TEXTURA
6. TAMAÑO IMAGEN O LOGO
7. REFERENTE

HTTP://FORMS.GLE/PAL3ZCCKXQVEP8N

SMARTCROSS

WWW.SMARTCROSS.COM.CO
CEL: 301 794 2325
@SMARTCROSS.CO

SMARTCROSS

TOMA FOTO O VIDEO CON FLASH Y
DESCUBRE LA VISIBILIDAD QUE EVITA
ACCIDENTES



OUTBOUND MARKETING

Feria Bici Go

Es el gran espacio para aficionados, amantes de las bicicletas y público general en torno a la cultura que no se detiene. Se pueden vivir eventos especiales, exhibiciones, shows, agenda académica y muestra comercial.





INBOUND MARKETING

Algunas de las estrategias inbound que actualmente la empresa esta implementando son:

Social Media: SmartCross cuenta con presencia digital en instagram ,Facebook desde el año 2016, desarrollan un contenido paralelo en estas dos redes sociales donde su enfoque son imágenes inspiradoras, informativas, reels con contenido de interés mostrando tanto calidad de las prendas y la tecnología utilizada para estas mismas, también muestran experiencia en la ruta y la facilidad que los productos ofrecen.

WhatsApp bussiness: la línea cuenta con un mensaje pre-determinado listo para que el cliente lo envíe, no cuenta con automatización ni menú de opciones, es un servicio más personalizado por que el tiempo de respuesta al primer contacto fue muy rápido.

Página web : La página maneja un diseño creativo y responsive, mostrando a sus clientes sus valores como marca, la plataforma es fácil de navegar e intuitiva, vinculan su línea de atención directa WhatsApp.

Influencers: La empresa a llevado a cabo diferentes estrategias y campañas en redes sociales principalmente con personas del mundo del ciclismo en Colombia y amantes del deporte, estas campañas abarcan Nano-Micro-Macro Influencers.

Blog: dentro de la página web se visualiza un vínculo directo al blog donde suben contenido de interés, consejos, reglamentos, y normativas de conducta vial, actualmente se encuentran publicados tres artículos con fechas del año 2021.



INBOUND MARKETING

Influencers

Macro influencer



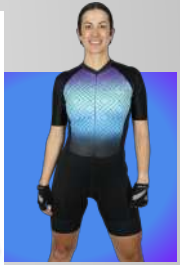
@Jhanyouknow

Micro influencer



@Ferberdoya33

Nano influencer



@Carola_gutierrez_20

PROBLEMA MRK

PROBLEMA

Se requieren estrategias de visibilidad online y offline para potencializar la consolidación de la marca y su reconocimiento de todos los nichos de mercado, impulsando la fidelización de la marca y su atracción de nuevos potenciales clientes. Actualmente Smart Cross a pesar de su alta calidad e innovación en sus productos no es reconocida en el mercado, por ello es necesario crear una estrategia de marketing que involucre acciones inbound y outbound, bajo una estrategia de contenidos que con un universo narrativo ayude a comunicar los valores de la empresa (innovación, protección, calidad) generar awareness, reconocimiento de marca en todos nuestros nichos de mercado para generar compras y fidelizar nuestros clientes tanto en el mercado local e internacional.

los problemas identificados fueron:

1. Posicionamiento de la marca
2. Expansión a nuevos mercados
3. Distribución al detal, (consolidación del e-commerce)

OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO INTEGRADOR

Diseñar un plan de marketing con estrategias de comunicación de **posicionamiento de marca** que permitan expandir la marca a **nuevos mercados**, mejorar la **distribución al detal** y la consolidación de estrategias e-commerce, haciendo uso de canales digitales y tradicionales que aumenten el tráfico e interacción en nuestros canales de comunicación y distribución en un 40%, transmitiendo nuestra propuesta de valor para generar awareness y ganar cuota de mercado durante los siguientes 2 años.



SMART CROSS



ANÁLISIS DE LA

COMPETENCIA

MACROENTORNO

ENTORNO DEL SECTOR

El sector de comercio de artículos deportivos en Colombia está experimentando un crecimiento constante debido al aumento en la práctica de deportes y actividad física.

Este sector, categorizado bajo el CIIU 4762, abarca una amplia gama de productos, desde bicicletas hasta ropa deportiva y equipos para gimnasia.

El sector se ve favorecido por las políticas gubernamentales que promueven la actividad física y combaten la piratería.

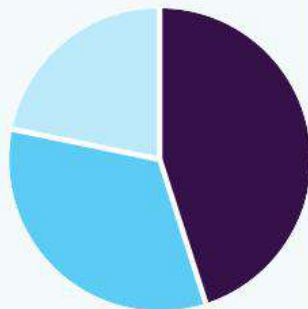
Colombia presenta un panorama favorable de crecimiento y oportunidades impulsadas por factores como la conciencia sobre la salud y las políticas gubernamentales.



MERCADO GLOBAL DE BICICLETAS

Global Bicycle Market

share, by end user, 2021 (%)



● Men ● Women ● Kids



\$59.3B

Global Market Size,
2021

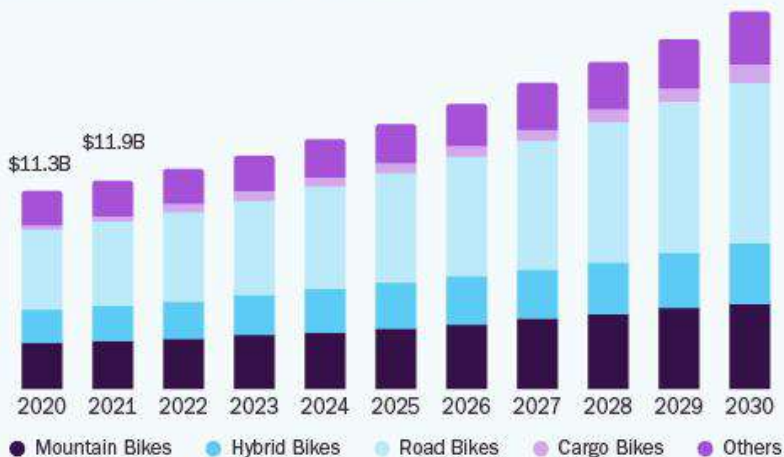
Source:
www.grandviewresearch.com

Report Attribute	Details
Market size value in 2022	USD 63.36 billion
Revenue forecast in 2030	USD 119.29 billion
Growth Rate	CAGR of 8.2% from 2022 to 2030
Base year for estimation	2021
Historical period	2017 - 2020
Forecast period	2022 - 2030
Regional scope	North America; Europe; Asia Pacific; Latin America; Middle East & Africa
Country scope	U.S.; Canada; U.K.; Germany; France; Italy; China; Japan; India; Brazil; Mexico
Key companies profiled	Accell Group; Atlas Cycles (Haryana) Ltd.; Avon Cycles Ltd.; Cervelo; Dorel Industries Inc.; Giant Bicycles; Merida Industry Co., Ltd; Specialized Bicycle Components, Inc.; SCOTT Sports SA; Trek Bicycle Corporation

TASA DE CRECIMIENTO

North America Bicycle Market

size, by product, 2020 - 2030 (USD Billion)



6.9%

N. America Market CAGR,
2022 - 2030

Source:
www.grandviewresearch.com

TASA DE CRECIMIENTO

El mercado de bicicletas en los EE. UU. se estima en

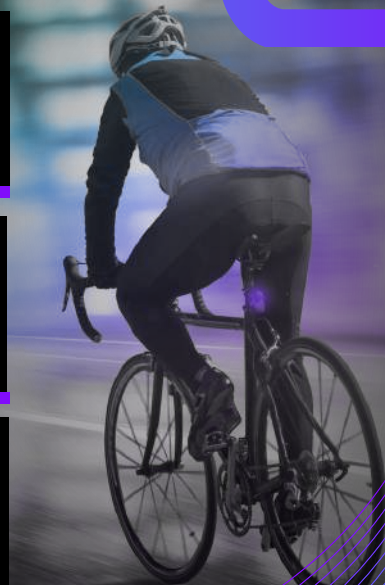
US\$9,5
BILLONÉS
EN EL 2021

Tasa de crecimiento del mercado del ciclismo en:
AMÉRICA DEL NORTE; EUROPA; ASIA PACÍFICO; AMERICA LATINA; ORIENTE MEDIO Y ÁFRICA

CAGR DEL
8,2%
2022 AL 2030

Mientras que América Latina se expandirá a una tasa:

CAGR DEL
6,2%
2020 AL 2026



TASA DE ACCIDENTALIDAD

USA

CADA AÑO

1,000

ciclistas mueren

136.000

resultan heridos

\$23
MIL MILLONES

Es el valor de las lesiones en
bicicleta y muertes por
colisiones

79%

Áreas urbanas

21%

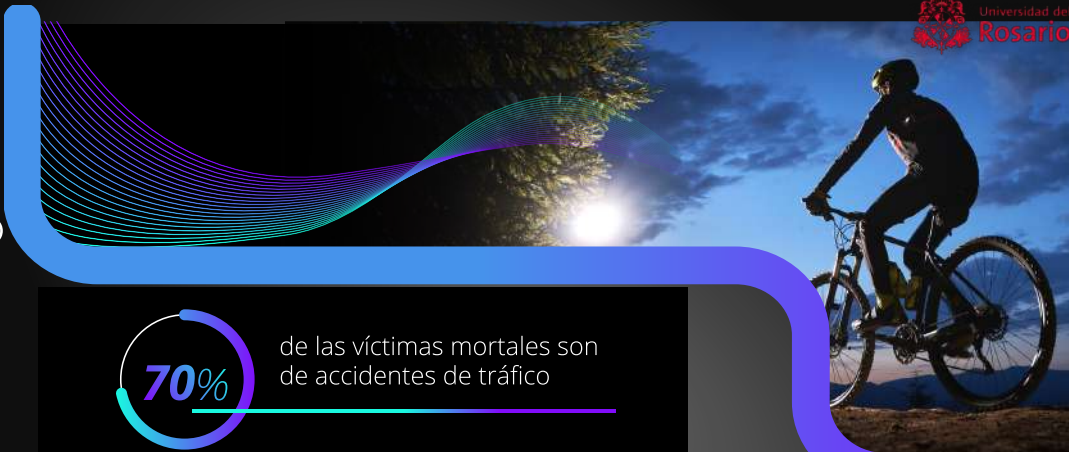
Áreas rurales

6-9 p.m.

En este lapso de tiempo
las muertes se produjeron
con mayor frecuencia

EUROPA

TASA DE ACCIDENTALIDAD



70%

de las víctimas mortales son de accidentes de tráfico

Áreas urbanas

18%

Motocicletas y ciclomotores.

12%

Ciclistas

Áreas rurales

18%

Motocicletas y ciclomotores.

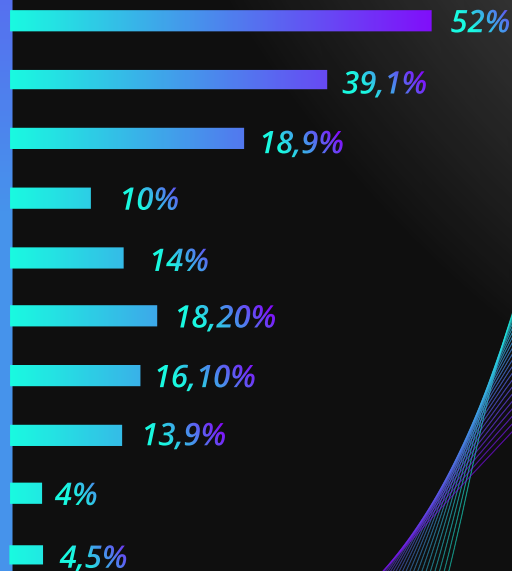
12%

Ciclistas

RANKING

1	77,84	Países bajos
2	65,93	Alemania
3	60,51	Bélgica
12	45,42	Francia
15	43,68	UK
16	43,62	Cánada
20	42,54	Melbourne Australia
39	35,68	San Francisco USA
81	23,62	Bogotá - COL
82	23,24	Cali - COL

% DE PARTICIPACIÓN



DE USUARIOS EN BICICLETA

1,8
Millones en 2021¹
Bogotá

52,73
Millones
Ciclistas

42,8
Millones
Ciclistas de ruta

8,69
Millones
Ciclistas de montaña

2.400
Clubs

en 2022²

USA

22
Millones en 2020³
EUROPA

1- Fuente Bogotá: <https://confidencialcolombia.com/lo-mas-confidencial/boom-de-bicicletas/2021/10/20/>

2- Fuente USA : Statista 202

3- Fuente EUROPA: Statista Incluye bicicletas con baterías eléctricas

* Se refiere a la Unión Europea y el Reino Unido



Día Mundial de la
Bicicleta

**Porcentaje de personas
de las jefaturas de
hogar que usan
la bicicleta para
ir al trabajo,
según sexo**

23 ciudades y áreas
metropolitanas (A.M.)
Marzo 2023

Nota: datos con baja precisión debido a que las
prevalencias son bajas y los CVE superan el 15%.

Fuente: DANE, Encuesta Pulso Social (EPS)

Total 23 ciudades y A.M.

5,4%



Mujeres

2,7%

DANE 70 AÑOS
INFORMACIÓN PARA TODOS

Hombres

7,2%



#DANELeCuenta

AUMENTO DE MUERTES EN CINIESTROS VIALES COLOMBIA 2023

En los primeros dos meses de 2023, Colombia ha experimentado un preocupante aumento de muertes relacionadas con accidentes de tráfico, con 116 fallecimientos adicionales en comparación con el mismo período del año anterior, según la Agencia Nacional de Seguridad Vial. Es especialmente alarmante el incremento del 21% en las muertes de ciclistas en áreas urbanas. Los motociclistas encabezan la lista con 768 fallecimientos, representando el 61.3% del total, seguidos por peatones (20%), conductores de vehículos individuales (8.5%), ciclistas (5.6%), usuarios de transporte de carga (1.5%) y usuarios de transporte de pasajeros (0.8%). El director general de la Agencia destaca la necesidad de fortalecer la educación vial y la colaboración en regiones vulnerables para abordar esta preocupante tendencia.

Después de motociclistas y peatones, **los ciclistas representan el mayor porcentaje de víctimas** de accidentes de tránsito.

El **16%** del total de muertos en siniestros viales en Colombia, en 2021, fueron **pedalistas**.

Aunque tienes derechos y prioridad en la vía, **cuando te movilizas en 'bici', también debes cumplir con tus deberes y respetar las normas de tránsito** para no poner en riesgo tu vida.

#Movámonos
Con **Conciencia**



Los ciclistas deben:

Obedecer las señales y límites de velocidad de 30 km/h.

No adelantar por la derecha ni usar carriles separados.

Deben usar chalecos reflectivos de noche.

Usar luces blancas adelante y rojas atrás
No llevar pasajeros.

TASA DE ACCIDENTALIDAD

COLOMBIA

EN 2021
MURIERON

471

Ciclistas en medio de
accidentes viales en Colombia



P

Político

- Políticas públicas y programas fomentan la actividad física, impulsando la demanda de artículos deportivos.
- Medidas antipiratería protegen a los comercios legales en la industria deportiva.
- Estas acciones gubernamentales apoyan tanto la práctica deportiva como la industria de artículos deportivos.

E

- El mercado de artículos deportivos en Colombia crece debido a una mayor demanda y oferta.
- Según el Ministerio del Deporte, el mercado ha aumentado un 8.5% recientemente.
- El aumento de la demanda y la disponibilidad de productos impulsan el crecimiento en Colombia.

S

Social

- La conciencia sobre la salud ha impulsado la demanda de artículos deportivos en Colombia.
- La popularidad de actividades como el running, ciclismo y fitness también ha contribuido al crecimiento del sector.

Económico

T

Tecnológico

- Avances en materiales y diseño gracias al desarrollo de tejidos técnicos y avanzados que mejoran el rendimiento de la ropa para ciclismo.
- Comercio electrónico y marketing digital: Las tiendas en línea y las estrategias de marketing digital son esenciales para llegar a los ciclistas y competir en el mercado actual.
- Personalización y seguimiento de datos de la ropa para ciclismo, adaptándola a las preferencias individuales de los ciclistas.
Wearable

E

Ecológico

- Sostenibilidad y materiales ecológicos esta en demanda creciente
- Normativas ambientales pueden aumentar los costos y riesgos legales para las empresas que no cumplan con los estándares ambientales.
- Imagen de marca y responsabilidad social puede mejorar la imagen de marca y la confianza del consumidor.

L

Legal

- Colombia tiene regulaciones que abarcan seguridad, calidad, protección del consumidor y competencia justa.
- La Ley 1480 de 2011 protege los derechos de los consumidores, incluyendo la prevención de publicidad engañosa y productos inseguros.
- La Ley 769 de 2002 establece normas de tránsito para vehículos, incluyendo bicicletas, con requisitos de seguridad como el uso de cascos.

MICROENTORNO

PROVEEDORES

Fábrica especializada ciclismo elite (Ibagué)

PRODUCTOR

Confección y sublimación de uniformes y chaquetas tipo elite en corte laser, con costura especial y detalles alta gama con nuestros diseños.

Maquila con nuestra marca.

Capacidad de producción: 500 uniformes al mes.
(Cubre envío nacional)

Fábrica especializada en ciclismo estandar (Bogotá)

PRODUCTOR

Confección y sublimación de jerseys, culottes, cuellos, manguitos y perneras básicos con filtro UV con nuestros diseños.

Maquila con nuestra marca. Capacidad de producción: 500 jerseys al mes.

Fábrica especializada guantes ciclismo y moto elite. (Pakistan)

PRODUCTOR Y ALIADO

Confección, sublimación y estampado de guantes personalizados para nuestra marca. Maquilamos para otras marcas por medio de ellos. Podemos fabricar nuevas prendas como guantes LED, pantalones de BMX, guantes y ropa moto. Capacidad de producción: 1000 guantes al mes. (cubre envío internacional)

PROVEEDORES

Fábrica especializada en chaquetas y chalecos (Bogotá)

PRODUCTOR

Confección y sublimación de chaquetas y chalecos impermeables y reflectivos con nuestro diseño..

Maquila con nuestra marca.

Capacidad de producción: 500 chaquetas al mes.

Fábrica especializada en Morrales y alforjas (Bogotá)

PRODUCTOR

Corte y confección con nuestros moldes, troqueles y diseños.

Nosotros nos encargamos de la compra de insumos. Maquila con nuestra marca.

Capacidad de producción: 2000 morrales al mes.

JLPCB fábrica de PCB y ensamble de componentes (China)

PRODUCTOR

Fabrica de PCB incluye el servicio de ensamble de los componentes electrónicos soldados por robots, lo cual garantiza la calidad optimiza costos y tiempos. Esta es la parte electrónica de los guantes LED.

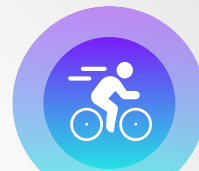
CLIENTES



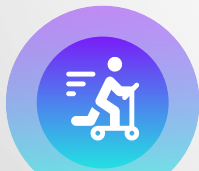
Clubes oficiales



Tiendas especializadas



Ciclistas profesionales



Usuarios bici, scooter y patines



Motociclistas

600
USUARIOS

CLIENTES

Clubs: BMX Saltamontes, BMX Creating, BMX Proconcept y BMX Krieger.

Clubs Ruta: Barro y Bielas, BID ciclistas, Birriosos Panamá, Frank Moon, Biotecno, Javijav.

Punto de venta: La Rueda Chia,

Tienda especializada: Mannytech Cajicá.

BUFF y patinaje: Convoy Santa Martha, Colegio: The new school,
Guvernamental: BICICAR y el IDT.

SUSTITUTIVOS

La amenaza de productos sustitutos es alta para SmartCross ya que existen en el mercado muchos productos que cubren la misma necesidad pero no tienen la mismas funcionalidad y seguridad, estos otros productos ofrecen unos precios más económicos, así que un cliente que no tenga como prioridad invertir en su seguridad y calidad va a preferir estos productos otros productos.



COMPETENCIA



KOM es una marca reconocida que llega a millones de ciclista a lo largo de Colombia y del mundo, y más de 150 de distribuidores multi marca en el mundo, en sus inicios vendían camisetas en algodón para ciclistas, hoy en día se dedica a la comercialización de otros productos para grandes deportistas.



Proviz es una marca deportiva internacional ganadora de múltiples premios, distribuida en 40 países, vendida en línea a nivel mundial y reconocida como una de las marcas deportivas más innovadoras del mundo.



Esta marca de ropa de ciclismo, estudia día tras día la forma como se diseña y se fabrica la ropa deportiva alrededor del mundo; de allí comparan, evalúan y deciden su propio “cómo” y “por qué”. Complementos como medias, guantes y gorras.



Go Rigo Go, la marca de prendas de vestir y accesorios para ciclismo, fundada por el ciclista colombiano Rigoberto Urán, desembarca oficialmente en Costa Rica con la apertura de su primera tienda física en el extranjero.

RIVALIDAD

En el caso de Smart Cross, existe un alto grado de competencia ya que al ser un mercado que ha ido creciendo exponencialmente en los últimos años, marcas reconocidas en el mercado como Adidas y Decathlon han ido incorporando más accesorios y prendas para ciclistas en su línea de productos. Sin embargo, estas marcas hacen sus productos estandarizados a diferencia de Smart Cross que su valor diferencial son productos personalizados y con nuevas tecnologías para sus prendas.



STAKEHOLDER - PRIMARIOS

Accionistas

Proveedores

Trabajadores

¿QUÉ INTERESES
TIENEN EN LA EMPRESA ?

Las ventas y el retorno a la inversión para que la empresa crezca.

inversión segura
relacion comercial
cumplimiento de los acuerdos.

- Reconocimiento de la labor desempeñada
- Acompañamiento en el cumplimiento objetivos
- Desarrollo de las habilidades profesionales

¿QUÉ APORTAN A LA
EMPRESA?

Los accionistas actuales son bajo la modalidad vesting, obtienen una número de acciones a cambio de servicios de comunicación y Tecnología página web

Calidad y cualidad en los productos
reconocimiento
compromiso con el consumidor

- Productividad
- Capacidad de comunicación efectiva
- Contacto directo con el cliente Representación dentro y fuera de la compañía

¿CÓMO INFLUYEN EN
LA EMPRESA?

Influyen en las estrategias de comunicación y en el funcionamiento optimo de la página web

Influye de manera directa la buena elección proveedores juega un papel decisivo además define en gran parte el presente y futuro de la empresa.

- Calidad del producto entregado al cliente
- Nivel de satisfacción del cliente
- Cumplimiento de objetivos gracias al esfuerzo, talento y conocimientos
- Crecer y potencializar el mercado

PRIMARIOS

SECUNDARIOS



clientes

La Comunidad

El Estado

¿QUÉ INTERESES TIENEN EN LA EMPRESA ?

- Producto de calidad
- Garantía del producto
- Innovación

- La cultura del ciclismo en Colombia es muy fuerte, el interés es que seamos reconocidos como de los mejores países en ciclismo a nivel mundial

- Al estado le interesa que como star up Smart Cross sea exitoso y genere mayor ingreso y mayor empleos en Colombia

¿QUÉ APORTAN A LA EMPRESA?

- Reconocimiento de marca
- Ingreso
- Permanencia, fidelización

- Al crecer la tasa de uso de bicicleta en Colombia, y el habito del ciclismo el mercado crece y ofrece mayor demanda en nuestros productos

- Actualmente Smart ha ganado varias licitaciones con el gobierno y ha obtenido cursos de liderazgo he innovación impulsados por el Gobierno

¿CÓMO INFLUYEN EN LA EMPRES

- Crecimiento de la empresa
- voz a voz
- mejora de producto según su necesidad

- Al tener grupos de referencia con ciclistas profesiones que promuevan la practica del cilmismo en Colombia

- Puede llegar a influir de manera positiva o negativa en la medida que siga apoyando al crecimiento de la empresa, o en medida que aumenten los impuestos para el funcionamiento de la compañía

MATRIZ DE STAKEHOLDER

Gran influencia y poco interes

- Clientes
- La Comunidad
- El Estado

Gran influencia y gran interes

- Accionistas
- Proveedores

Poca influencia y poco interes

- Competidores
- Distribuidores

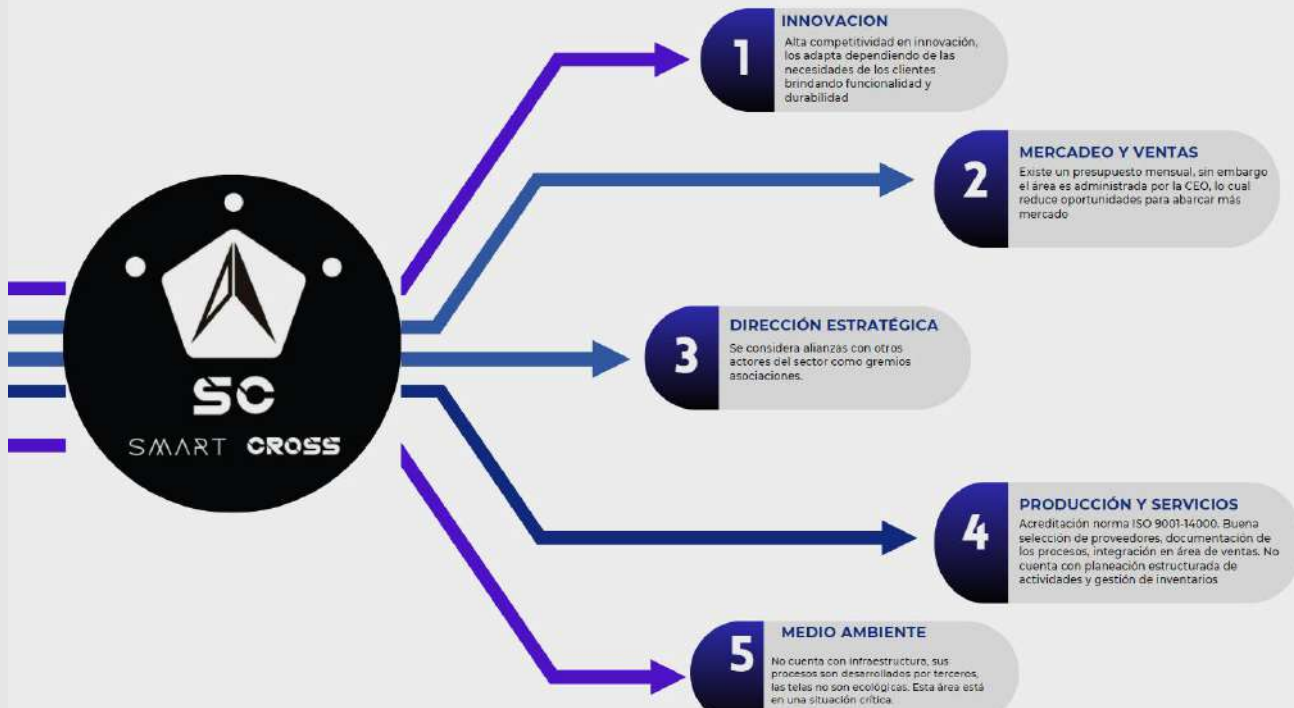
Poca influencia y gran interes

- Trabajadores

MICROENTORNO

Situación actual de la empresa

ANÁLISIS SITUACIONAL



6

INTERNACIONALIZACIÓN

De gran importancia por el awareness: participación en ferias (Corferias el Bicigo y ferias en Estados Unidos) con beneficios tributarios.

7

FINANZAS

¡En esta área se reconoce por su trabajo en equipo y el continuo contacto con el contador donde se reanudan los esfuerzos en ambas partes, generando confianza de las cifras, se utiliza el software contable llamado Alegre.

8

RECURSO HUMANO

Recursos humanos se ve reflejada como un área crítica de la organización ya que actualmente la empresa no cuenta con empleados ya que las personas que aportan en las diferentes áreas son socios de la empresaria Jessica Jaimes.

9

MARCO LEGAL

La empresa cuenta con los requerimientos legales y se registra en la cámara de comercio lo cual le permite cumplir con los requerimientos tributarios, sin embargo, debe estar actualizándose para cumplir con los requerimientos fiscales.

10

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACION Y COMUNICACIONES

La empresa se encuentra en el momento de incursionar en los sistemas de información e incluso aún le falta adecuarse en plataformas para TICs lo cual es una oportunidad, sin embargo, se debe de tener en cuenta las políticas que controlan estos sistemas para adaptarse de una manera adecuada.

11

GESTION LOGISTICA

Buen proceso en proveedores y transporte, fortalecido la logística internacional. No cuenta con métodos o espacios de manipulación porque no tiene infraestructura.



Mapa de competitividad empresarial



fuelle: programa plan padrinós, universidad externado de colombia

- Posición interna fuerte con fortalezas, siendo innovación, mercadeo y ventas, dirección estratégica, internacionalización, finanzas y marco legal.
- Las áreas de producción, tecnologías de la información y gestión logística poseen debilidades menores.
- Las áreas de medio ambiente, recurso humano y vinculación familiar presentan debilidades críticas.
- Se evidencia el esfuerzo en cuanto a innovación, la cual se enfoca en la diferenciación, debido a que actualmente es la única marca del mercado que confecciona estos artículos teniendo en cuenta la funcionalidad y seguridad.

Área	Valoración área	Importancia empresa	Valoración matriz	Valoración cualitativa
Innovación	3,12	13,00%	0,41	Fortaleza con capacidad de mejoramiento
Mercadeo y ventas	3,23	12,00%	0,39	Fortaleza con capacidad de mejoramiento
Dirección estratégica	3,29	10,00%	0,33	Fortaleza con capacidad de mejoramiento
Producción y servicios	2,74	8,00%	0,22	Debilidad menor - Trabajo a corto plazo
Medio ambiente y empresa	1,24	5,00%	0,06	Debilidad crítica - Trabajo inmediato
Internacionalización	3,41	10,00%	0,34	Fortaleza con capacidad de mejoramiento
Finanzas	3,08	8,00%	0,25	Fortaleza con capacidad de mejoramiento
Recurso humano	1,53	7,00%	0,11	Debilidad crítica - Trabajo inmediato
Marco legal	3,40	7,00%	0,24	Fortaleza con capacidad de mejoramiento
Vinculación familiar	1,00	2,00%	0,02	Debilidad crítica - Trabajo inmediato
Tecnologías de la información y co	2,57	8,00%	0,21	Debilidad menor - Trabajo a corto plazo
Gestión logística	2,89	10,00%	0,29	Debilidad menor - Trabajo a corto plazo
		100,00%	2,85	Empresa con posición interna fuerte

CADENA DE VALOR



logística interna:

Es llevada a cabo por Jessica la SEO de la compañía ella es quien actualmente busca, cotiza y gestiona el funcionamiento de la empresa.



Producción

los productos son fabricados por proveedores externos la empresa etiqueta y personaliza



logística externa

es un trabajo B2C en el cual el producto va dirigido al consumidor final.

CADENA DE VALOR



Marketing y ventas

Los canales que se utilizan para captar clientes son: eventos, social media y voz a voz.



servicio post venta

los productos siempre cuentan con una garantía, mínimo de 6 meses, aunque cuentan con una excelente calidad. también se apoyan de testimonios de la vida real.



POSICIONAMIENTO COMPETITIVO

Propuesta de valor



ESTRATEGIAS OFENSIVAS

- Alianzas con entidades gubernamentales
- Generar eventos que promuevan la salud y el bienestar
- Patrocinar a ciclistas Colombianos para tener reconocimiento internacional

ESTRATEGIAS DEFENSIVAS

- Monitoreo en tendencias del mercado
- Aumentar la presencia en plataformas de venta digital.
- Talleres informativos acerca de la calidad de los productos para destacar de la competencia

ESTRATEGIAS REORIENTACIÓN

- Estrategia de crowdfunding para general mayor inversión
- Aplicar a convocatorias del estado para conseguir fondos y recursos
- Creación de campaña de posicionamiento que hable de la calidad de los productos

ESTRATEGIAS SUPERVIVENCIA

- Desarrollar un manual de procesos
- Realizar alianzas con grandes cadenas del país
- Diversificación de proveedores



ANALISIS BENCHMARK

Análisis completo aquí



Web

Fuente de datos semrush

	0-10	Authority Score	0-10	Palabras Clave	Por intención	0-10	canales de contacto	0-10	Blog, contenido de interes	0-10	Ponderado	
Proviz	9,3	18	32	9	3,64k	Comercial	9	Entre su e-mail, no respuesta inmediata	2	Blog por categorias y contenido de interes publicaciones con imagenes y información muy reciente	10	38
Saffeti	5,4	k 5	25	7	934	Informativa	6	No es inmediato, chat en el sitio.	5	No tiene blog	0	23
Go Rigo Go	3,2	10	32	9	4,13k	Informativa	10	bussiness chat bott con nombre personalizado, y formulario e la	10	No tiene blog, pero tiene productos sustitutos como de nutrición y de cuidado para el solar	4	43
Kom	4,5	k 4	12	4	542	Informativa	5	whatsapp bussiness , sin chat bot	6	No tiene blog, pero tiene productos sustitutos como café y kits de limpieza.	4	23
Smart cross	119	2	7	2	97	Informativa	3	whatsapp bussiness, respuesta rapida, directamente por una persona	7	Tiene blog y noticias de interes (su contenido con informacion sobre normatividad y reglamentación ultima actualización 2021	7	21

Fuente: Elaboración propia, datos tomados de semrush

ANÁLISIS BENCHMARK

[Análisis completo aquí](#)

Web

Este análisis pretende desarrollar y poner en práctica un proceso donde se obtiene información útil que ayude a Smart Cross a mejorar sus estrategias para posicionarse como marca referente; dicha información se obtiene a través de estudiar los comportamientos y actuaciones de las 4 empresas (Proviz, Saffeti, Go Rigo Go y Kom) que se identifican como competencia. Los hallazgos son:

- Go Rigo Go y Kom no tienen un blog, pero tienen alianzas con productos sustitutos como por ejemplo de nutrición y bienestar, ampliando sus posibilidades comerciales.
- El tráfico orgánico de la website Go Rigo Go es de 33,2 k siendo la más alta y corresponde a la interactividad y actualización constante para los usuarios, mientras que Proviz y Saffeti mantienen un contenido más plano utilizando únicamente fotos como herramienta visual.
- Para los canales de contacto se identificó que Smart Cross y Go Rigo Go son los únicos que cuentan con respuestas inmediatas y en el caso puntual de Go Rigo Go ha implementado el chat bot con nombre personalizado y formulario en la web (no con muy buenos comentarios de los usuarios)
- Go Rigo Go y Proviz se destacan en el authority score y palabras claves (4,13k y 3,64k)

Social Media

Social Media								
Instagram	# de seguidores	0-10	Tipo de contenido	0-10	Engagement	0-10	Tienda virtual	0-10
Proviz	29,2k	6	Carruseles y fotos estáticas	5	0,25%	5	Si tienen tienda virtual	10
Saffeti	98,1k	10	Videos en estudio y fotos de ciclistas	8	1,09%	6	No tienen tienda virtual	0
Go Rigo Go	467 k	4	Fotos de prendas deportiva y eventos	10	0,25%	5	No tienen tienda virtual	0
Kom	94,8k	9	Fotos de ciclistas, videos de sus productos	7	0,13%	4	No tienen tienda virtual	0
Smart Cross	1,438	3	Fotos, videos, carruseles	7	12,30%	9	Si tienen tienda virtual	10

Facebook	# de seguidores	0-10	Tipo de contenido	0-10	Engagement	0-10	Tienda virtual	0-10
Proviz	63 mil seguidores	9	Contenido sobre los productos fotos y textos que invitan a la comunicación con la comunidad.	8	0,32%	8	Tienda virtual	10
Saffeti	32 mil seguidores	6	<u>Información</u> sobre el ciclismo, fotos de paisajes y videos.	9	0,26%	5	Tienda virtual	10
Go Rigo Go	62 mil seguidores	7	Videos de Rigoberto, con tendencia a mostrar los productos y su vida cotidiana y el uso de la marca.	10	123,73%	10	Tiene tienda virtual	10
Kom	11 mil seguidores	5	Noticias, eventos nacionales e internacionales, <u>promoción</u> de los productos.	5	0,28%	5	Tienda virtual pero no funciona	5
Smart Cross	161 seguidores	3	Contenido informativo sobre los productos, noticias y eventos.	2	36,60%	7	Tienda virtual	10

Fuente: Elaboración propia, datos tomados de semrush

ANALISIS BENCHMARK

[Análisis completo aquí](#)

Social Media

En INSTAGRAM se identificó que el engagement es más alto para Smart Cross 12,3% gracias a el contenido dinámico y frecuente en fotos, videos y carruseles, por lo contrario Proviz en su gran mayoría de contenido se basa en frases en fotos o fotos alusivas a sus productos. Go Rigo Go cuenta con más seguidores y es por el contenido juvenil y versátil, ya que interactua sus prendas con momentos de pasión, generando pasión en sus usuarios, en sus historias interactua todo el tiempo aprovechando fechas especiales y comerciales.

En FACEBOOK se identificó que el engagement es más alto para Go Rigo Go 123,73% la tendencia es a mostrar veideos de Rigoberto de su vida cotidiana y el uso de sus productos. Se puede observar en los comentarios, la problematica de servicio al cliente o el servicio post venta, según los usuarios.

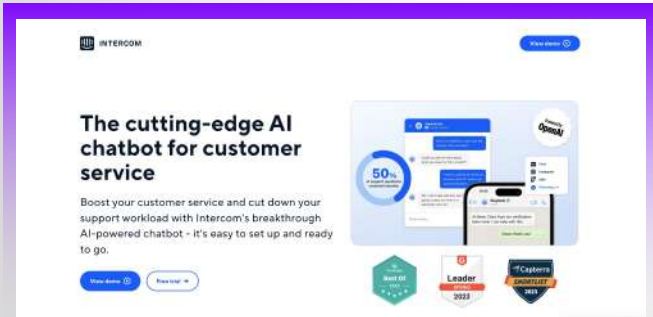
Proviz utiliza esta red social para interactuar con sus seguidores, dejando en los post preguntas abiertas. Saffeti por el contrario no publica con la misma frecuencia y utiliza imagines con textos alusivos a sus colecciones. Por último Kom, publica lo mismo que en instagram y tiene contados los likes, no se ven comentarios.

Todos manejan tiendas virtuales.

¿CUÁLES SON LAS NECESIDADES, AYUDAS O HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS PARA SMART CROSS?

- Chat BOT
- Este chatbot de IA gestiona las consultas de asistencia con facilidad y le ayuda a interactuar mejor con los clientes. Ofrece segmentación de la audiencia, alcance proactivo y recopilación de datos de clientes, al tiempo que mantiene las conversaciones en WhatsApp, Instagram, SMS y más.

- Software ODDO que le facilite la gestión de inventarios lo cual va a agilizar el proceso de pedido y producción. Además de esto, si la empresa cuenta con la acreditación de ISO 9001 y 14000 va a generar una mayor confiabilidad por parte del consumidor lo cual la puede ayudar a abrirse a un mayor mercado.



INTERCOM [View demo](#)

The cutting-edge AI chatbot for customer service

Boost your customer service and cut down your support workload with Intercom's breakthrough AI-powered chatbot - it's easy to set up and ready to go.

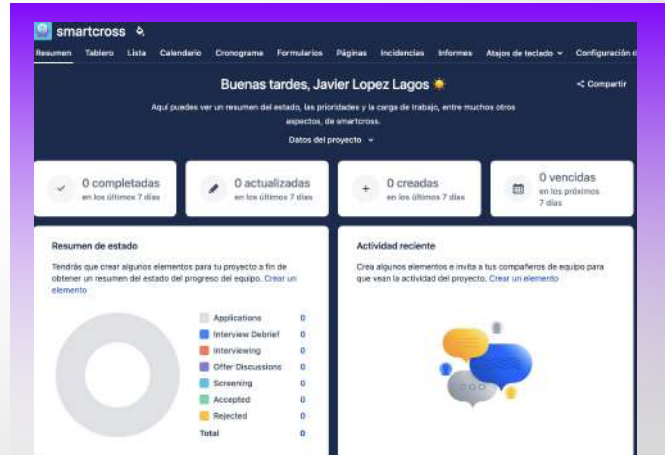
[View demo](#) [Free trial](#)

50% reduction in support tickets

Best AI 2023

Leader 2023

Customer Satisfaction 2023



smartcross

Resumen Tablero Lista Calendario Cronograma Formularios Páginas Incidencias Informes Atajos de teclado Configuración

Buenas tardes, Javier Lopez Lagos

Aquí puedes ver un resumen del estado, las prioridades y la carga de trabajo, entre muchos otros aspectos, de smartcross.

Datos del proyecto

0 completadas en los últimos 7 días	0 actualizadas en los últimos 7 días	0 creadas en los últimos 7 días	0 vencidas en los próximos 7 días
--	---	------------------------------------	--------------------------------------

Resumen de estado

Tendrás que crear algunos elementos para tu proyecto a fin de obtener un resumen del estado del progreso del equipo. Crear un elemento

Applications	0
Interview Debrief	0
Interviewing	0
Offer Discussions	0
Screening	0
Accepted	0
Rejected	0
Total	0

Actividad reciente

Creá algunos elementos e invita a tus compañeros de equipo para que vean la actividad del proyecto. Crear un elemento

¿CUALES SON LAS NECESIDADES, AYUDAS O HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS PARA SMART CROSS?

- Software de CRM para estrategias optimas con los clientes



The screenshot displays the Salesforce website's landing page for CRM. At the top, there is a navigation bar with the Salesforce logo, menu items for 'Productos', 'Industrias', 'Recursos', 'Soporte', and 'Compañía', and utility links for 'Contacto con ventas' (3-866-430-8123), search, and 'Iniciar sesión'. A green 'Prueba Gratis' button is also present.

¿Qué es un CRM?

Para empezar, ¿qué es un CRM? CRM es la sigla utilizada para Customer Relationship Management y se refiere al conjunto de prácticas, estrategias comerciales y tecnologías enfocadas en la relación con el cliente.

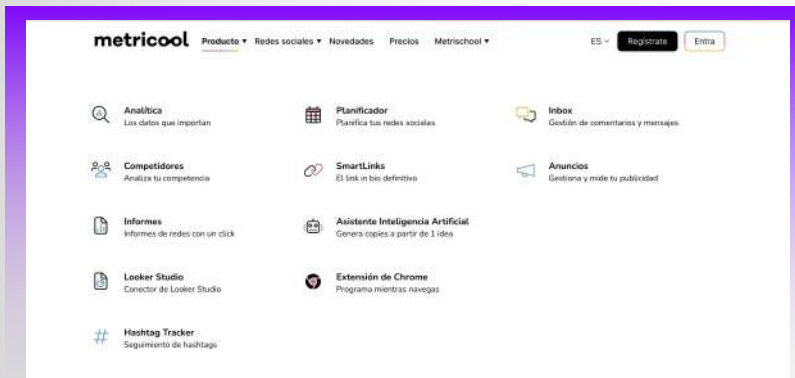
Contando con un sistema de CRM, las empresas de todos los tamaños pueden mantenerse conectadas con los clientes, optimizar los procesos, mejorar la rentabilidad e impulsar el crecimiento del negocio.

[VER DEMOSTRACIÓN](#)

The central graphic features a woman in a light pink sweater, identified as 'Jennifer, New Customer, San Francisco, CA'. She is surrounded by various CRM-related icons and labels: 'Commerce' (shopping cart), 'Marketing' (megaphone), 'Loyalty Offer Received!' (checkmark), 'IT' (lightning bolt), and 'Service' (heart). Other icons include a lightbulb, a person, a speech bubble, and a mail icon.

¿CUALES SON LAS NECESIDADES, AYUDAS O HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS PARA SMART CROSS?

- **Metrical**



- Esta herramienta de gestión de redes sociales (planificar, publicar, responder, medir resultados, crear informes en todas las redes sociales, además de incluir inteligencia artificial para generar copias y seguimiento de hastags).

¿CUALES SON LAS NECESIDADES, AYUDAS O HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS PARA SMART CROSS?

- **Google Analitic**



- Para Smartcross el uso de esta plataforma permite medir y conocer el alcance de nuestras estrategia digital, Google Analytics es una plataforma que por medio de la recoleccion de datos en el sitio web permite crear informes y que proporciona estadísticas sobre las campañas ejecutadas.

ESTRATEGIAS DE MARKETING

PARA LA COMPETITIVIDAD

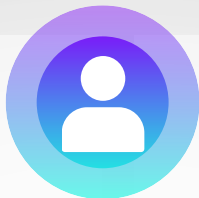
1. AJUSTE

PROMT

SmartCross es una empresa que ofrece ropa y accesorios de ciclismo con una propuesta de valor enfocada en la innovación y protección ¿Qué TIENE el consumidor en el estado “Antes” de tener los productos de Smart cross?
¿Qué TIENE el consumidor en el estado “Después” de adquirir los productos de SmartCross?



Antes



Después



Ropa y Accesorios Genéricos: En general, los ciclistas pueden tener ropa y accesorios genéricos que pueden no estar diseñados específicamente para el ciclismo. Esto podría incluir camisetas, pantalones cortos, guantes y gafas de sol que no están optimizados para la comodidad, la seguridad y el rendimiento durante la actividad de ciclismo.

Falta de Innovación: Los productos genéricos pueden carecer de características innovadoras que mejoren la experiencia del ciclista, como materiales técnicos de alto rendimiento, diseño aerodinámico o tecnología de ventilación avanzada.

Menor Protección: En cuanto a la protección, es posible que los ciclistas no tengan ropa y accesorios diseñados específicamente para protegerlos de condiciones climáticas adversas, rayos UV, roces y caídas.

Ropa y Accesorios Específicos para Ciclismo: Los productos de SmartCross están diseñados específicamente para satisfacer las necesidades de los ciclistas. Esto significa que la ropa se ajusta cómodamente al cuerpo y los accesorios están diseñados para mejorar la experiencia de ciclismo en términos de comodidad y rendimiento.

Innovación y Tecnología: SmartCross se enfoca en la innovación, por lo que los productos pueden incluir tecnologías avanzadas, como tejidos transpirables, sistemas de gestión de la humedad, costuras selladas, diseño aerodinámico y elementos reflectantes para una mayor visibilidad en la carretera.

Protección Mejorada: pueden contar con capas aislantes, materiales resistentes al viento y al agua, así como protecciones acolchadas en áreas críticas para reducir el riesgo de lesiones en caso de caídas, y reflectivos para evitar accidentes.

Estrategia de Marketing en Redes Sociales:



Segmentación de Audiencia

Identifica a tu audiencia objetivo, segmenta tu contenido para satisfacer sus intereses y necesidades específicas.



Contenido Visual Atractivo

Crea contenido visual de alta calidad que muestre tus artículos de protección y prendas deportivas en acción.



Guías y Consejos

Publica guías y consejos relacionados con el ciclismo, la seguridad en carretera y la elección adecuada de equipos de protección.



Historias de Éxito

Comparte historias de clientes satisfechos que han experimentado mejoras en su rendimiento o seguridad gracias a tus productos.



Concursos y Desafíos

Organiza concursos y desafíos en redes sociales que incentiven la participación de tus seguidores. Por ejemplo, un concurso de la mejor foto de ciclismo con tus productos como premio.

Estrategia de Marketing en Redes Sociales



Campaña en Instagram - "Ruta Segura"

Publica fotos y videos de ciclistas usando tus productos bajo condiciones climáticas diversas, destacando su durabilidad y comodidad.

Crea una serie de publicaciones con consejos de seguridad en la carretera y utiliza el hashtag #RutaSegura.

Invita a tus seguidores a compartir sus propios consejos de seguridad y experiencias usando tus productos.



Historias de Éxito

Publica testimonios auténticos de clientes que han experimentado mejoras notables gracias a tus productos.

Crea publicaciones en las que los clientes compartan sus fotos y anécdotas de ciclismo con tus productos.

Anima a la comunidad a comentar y compartir estas historias de éxito.



Ejemplos de Publicidad Local



Publicidad en Radio Local:

Patrocina anuncios de radio en estaciones locales populares, resaltando tus productos y promociones especiales para clientes locales.

Destaca la ubicación de tu tienda física y menciona eventos de ciclismo locales en los que participas o patrocinas.



Anuncios en Periódicos Locales:

Publica anuncios en periódicos locales y revistas de ciclismo que lleguen a tu audiencia objetivo en tu área geográfica.

Anuncia eventos y ofertas especiales en tu tienda física para atraer a clientes locales.

Esta estrategia integral combina la promoción en redes sociales con campañas de contenido específicas y publicidad local para aumentar el tráfico tanto en línea como en tu tienda física. Recuerda medir y analizar regularmente los resultados para ajustar tu estrategia según sea necesario

3. LED MAGNET - 4. OFERTA IRRESISTIBLE

Se realizara una estrategia de led magnet como acción del lanzamiento de nuestra primera tienda café



Difusión social media

Por inauguración de nuestra tienda haremos entrega GRATIS de una manilla marcada con tus datos básicos caso de accidentes, RH, nombre y número de contacto. ¿Quieres la tuya? pídelala aquí

Formulario forms

Rueda seguro y tranquilo déjanos tu datos para la manilla y acompáñanos el ## de octubre, en la dirección ###, dónde te haremos entrega de tu manilla te esperamos

Descuento oferta irresistible

Solo por la inauguración de nuestra tienda opten un 10 % de descuento en todos nuestros productos y una asesoría personalizada sobre como elegir tu ropa de cilclismo de manera adecuada

5. OFERTA CENTRAL



- Telas con tecnologías Laftech Sun protector contra rayos UV 30+ mínimo UPF 50 y Laftech Dry Plus de alto desempeño con transporte de humedad, antibacterial y antimanchas de sudor.
- Tela acanalada en mangas para ajuste perfecto y mejor aerodinámica (ultra liviana/altas velocidades y sin costura en los bordes para mejor comodidad.
- Laterales en malla para mejor transpirabilidad, ventilación y secado rápido.
 - Banda siliconada en el contorno espalda.
 - Reflectivo en espalda baja.
 - Bolsillo secreto en lateral.



- Pantaloneta Elite Sin costuras
- Tecnologías: Sin costuras + Telas con Filtro UV + antimanchas + antibacterial en tela y gel antichoque + Mayor comodidad.
 - Tiempo de recorrido entre 8 a 10 H
- Badana COOLMAX. PERFORMANCE con tecnología antibacterial, diseñada para largos recorridos en bicicleta. Tirantas en cinta mayor comodidad. Espuma 80 + espuma malla 80 + 120 + espuma A 30. Borde de goma antideslizante y corte sin costura para evitar roces o picos en el recorrido y mayor confort.

5. OFERTA CENTRAL



- Visibilidad en todas las direcciones con reflectivo 360°
- Dimensiones: 50 × 35 × 15 cm
- Capacidad: 26 litros
- Tela reflectiva y lona impermeables.
- Funda interna para guardar portatil.
- Bolsillos con cremalleras impermeables.
- Bolsillos laterales en malla con espacio para termo.
- Hombros y espalda acolchados.
- Bolsillo trasero oculto para asegurar objetos valiosos con cremallera impermeable.
- Broche frontal en pecho para mejor agarre.
- Color del artículo: Gris perla reflectivo



- Impermeable 95%
- Reflectivo 360 en espalda y cremallera frontal.
- Disponible en varios colores y diseños
- Gorro para la lluvia.
- Bolsillo para guardar chaqueta.
- Lateral en malla

5. OFERTA CENTRAL



- Seguridad con reflectivo para Visibilidad
- Comodidad con ventilación en palmas, toalla microfibra sudor y Touch screen.
- Protección con almohadillas en espuma.
- Reflectivo de alta visibilidad en condiciones de poca luz y con el movimiento natural de la mano.



- Poliéster deportivo respirable con transporte de humedad.
- El acolchado en espuma proporciona amortiguación de impactos y vibraciones.
- El pulgar suave y absorbente elimina el sudor con facilidad.
- Compatible con pantallas táctiles conductivas.
- El cierre de muñeca contorneado de Velcro ofrece fácil ajuste y entrada/salida de los guantes.



6. MAXIMIZADOR



Contenido de Blog y Videos Informativos

Crea un blog en tu sitio web y un canal de YouTube donde compartas consejos sobre ciclismo, rutas recomendadas, mantenimiento de bicicletas, consejos de seguridad y tendencias en el mundo del ciclismo. Este contenido informativo puede atraer a ciclistas aficionados y generar interés en tu marca.



Programa de Afiliados con Influencers Locales

Colabora con ciclistas influyentes locales que tengan seguidores en las redes sociales. Ofrece descuentos en tus productos a cambio de que promocionen tu marca en sus plataformas. Esto puede ayudarte a llegar a un público más amplio y de nicho.



Kits de Inicio para Ciclistas Principiantes

Crea kits de inicio asequibles que incluyan elementos esenciales para principiantes, como cascos, guantes, lentes de sol y otros accesorios básicos. Esto puede ser una puerta de entrada para nuevos ciclistas que aún no invierten mucho en equipos.



Ofertas de Temporada:

Aprovecha las estaciones del año para crear ofertas y promociones específicas. Por ejemplo, en primavera puedes destacar productos relacionados con el ciclismo de montaña, mientras que en invierno puedes centrarte en ropa térmica y accesorios para el ciclismo en climas fríos.



Programa de Lealtad y Recompensas

Implementa un programa de lealtad que recompense a los clientes que realizan compras repetidas. Ofrece descuentos, regalos o puntos que se pueden canjear por productos futuros. Esto fomenta la retención de clientes y la recomendación de tu tienda a otros ciclistas.



Colaboraciones con Clubes de Ciclistas Locales

Conéctate con clubes de ciclistas locales y ofrece descuentos exclusivos para sus miembros. Puedes promocionar estas colaboraciones en tus redes sociales y en el sitio web.

CHAT GPT

6. MAXIMIZADOR

CHAT GPT



Kits de Reparación y Mantenimiento

Vende kits de reparación y mantenimiento de bicicletas, junto con tutoriales en video que muestren cómo usarlos. Esto puede ayudar a los ciclistas a cuidar sus bicicletas y mantenerlas en buen estado, generando lealtad a la marca.



Talleres en Línea

Organiza talleres en línea gratuitos o de bajo costo sobre temas relevantes para ciclistas, como ajuste de bicicletas, técnicas de ciclismo, nutrición para ciclistas, etc. Promociona estos eventos en tus redes sociales y sitio web.



Programas de Recolección de Reseñas y Testimonios

Pide a tus clientes satisfechos que dejen reseñas y testimonios en tu sitio web o en plataformas de reseñas. Las opiniones positivas pueden ser poderosas para atraer a nuevos clientes.



Colaboraciones con Eventos Locales de Ciclismo

Patrocina o participa en eventos locales de ciclismo, como carreras o competencias. Esto te permitirá exhibir tus productos y establecer conexiones directas con la comunidad ciclista local.



Productos personalizados:

Los ciclistas suelen estar orgullosos de su equipo y quieren que se vea único. Las empresas pueden ofrecer productos personalizados, como camisetas, gorras y cascos con nombres o logotipos personalizados.



Productos básicos

Los ciclistas principiantes o ocasionales no necesitan todos los accesorios más caros. Las empresas pueden ofrecer una línea de productos básicos a precios más asequibles.

5. FIDELIZACIÓN

■ RACIONAL

Unimos nuestras fuerzas en cada rodada con Smart Cross, fusionando nuestra bicicleta y uniforme en un solo elemento que nos brinda protección, comodidad y nos ayuda a alcanzar nuestras metas. Los productos de Smart Cross son complementos vitales para garantizar la seguridad de las personas en cada pedalazo, combinando innovación y tecnología para pedalear con confianza en todo momento.

EnRuedate



La campaña "EnRuedate" de SmartCross busca fidelizar a sus clientes y crear comunidad. Para lograrlo, se propone un programa de lealtad, eventos exclusivos, contenido educativo, grupos de redes sociales privados, boletines de noticias personalizados, programa de referidos, colaboraciones con embajadores de la marca, encuestas para retroalimentación, concursos y desafíos, y un "Día del Cliente" especial. La clave es la atención personalizada y la autenticidad para crear un sentido de pertenencia a una comunidad de amantes del ciclismo y de la marca SmartCross.

6. E-MAILS



SMART CROSS

SIEMPRE CONTIGO



SEGURIDAD CALIDAD

EL CICLISMO TE ENSEÑA QUE PUEDES SUPERAR CUALQUIER OBSTÁCULO EN LA VIDA SI SIGUES PEDALEANDO.



[HTTPS://SMARTCROSS.COM.CO](https://smartcross.com.co)

[HTTPS://SMARTCROSS.COM.CO/](https://smartcross.com.co/)



Hola, Juan

Aprovecha nuestras ofertas especiales y equipate con lo mejor

En Smart Cross, nos apasiona el ciclismo tanto como a ti, por eso queremos ofrecerte productos de alta calidad a precios increíbles. Durante esta temporada hemos preparado una promoción especial para que puedas renovar tu armario ciclista y equiparte con los mejores accesorios.

Aquí están algunas de las ofertas que no puedes dejar pasar:

Pack promocional

Incluye diferentes productos a precios irresistibles. Podrás adquirir un conjunto completo de ropa deportiva o un kit accesorios esenciales para cuando sales a rodar a un precio muy conveniente.

[HAZ CLICK AQUÍ](#)

descuentos exclusivos

En nuestras prendas diseñadas especialmente para la seguridad de los ciclistas: guantes, morales, jersey, chaquetas.

[HAZ CLICK AQUÍ](#)

KIT MANTENIMIENTO

Llévate tu kit de mantenimiento para estar preparado ante cualquier eventualidad, además de obsequiaremos un curso virtual gratuito para que aprendas como despinchar tu bici, y hacerte mantenimiento.

[HAZ CLICK AQUÍ](#)

¡Equipate con lo mejor y disfruta al máximo de tus rutas en bicicleta!

siguen en nuestras redes



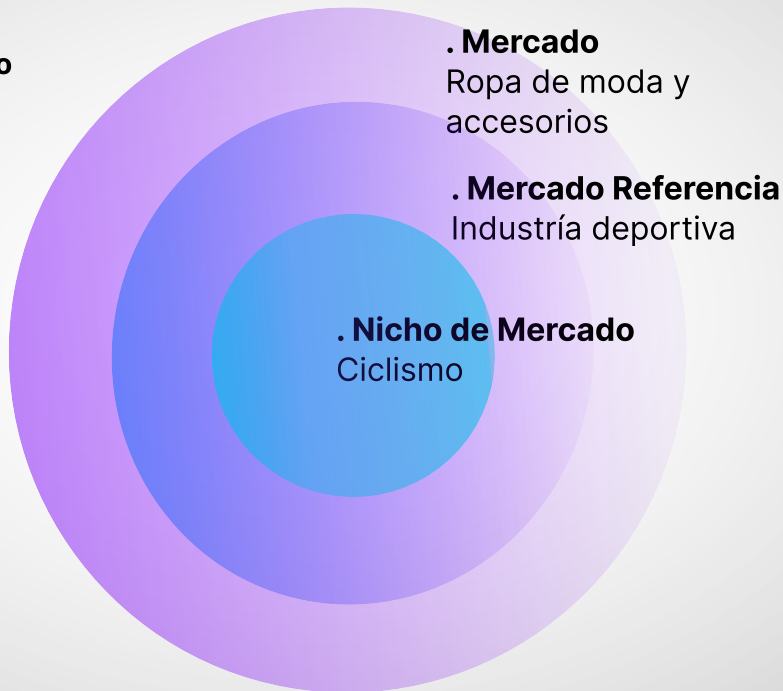
página web

<https://smartcross.com.co/>

PLAN DE MARKETING

DIAGNOSTICO

Dimensiones del mercado



. Mercado

Ropa de moda y accesorios



identificación
cultural

Imagen y
cuidado personal

Eventos
(Ferias y campañas)

Colombia sigue
creciendo en la
necesidad de
consumo en
moda

Falencias en
regulación de
seguridad,
protección al
consumidor



Riesgo crítico
ambiental

Contrabando
Mercado negro

Productos
sin valor agregado

. Mercado Industria deportiva



políticas públicas

salud y bienestar

post pandemia

el interés del
gobierno post
pandemia por
hacer que las
personas sean
más saludables

falta de
inversión a los
deportistas,
falta de
motivación,
miedo de
practicar
deportes por
contacto social




inversión

miedo post pandemia

sedentarismo

Mercado Referencia Ciclismo



Cultura en crecimiento

Tendencias saludables

Aumento de la demanda

La cultura del deporte en Colombia va en constante aumento, y nos empezamos a reconocer como un país con fuertes exponentes de este deporte

Los accidentes, la inseguridad, y el cambio de clima son factores de riesgo que pueden afectar la practica del deporte, y hacer que las personas no quieran practicar el deporte



Robos y la inseguridad del país

Cambios abruptos del clima

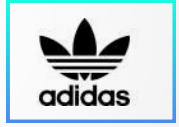
Vias en construcción
accidentes

MAPA DE COMPETIDORES

Directos



Indirectos



Sustituto



BATERIAS DE PRESENCIA DIGITAL

GO RIGO GO!



Presencia - seguidores	467k	28.0M	1M
Frecuencias & horarios	Jueves 3:00pm 7:00pm	Domingo 3:00am a 5am 7:00pm	Jueves 6:00pm-9:00pm
Tipo de contenido	videos rodando, retos, campañas sociales, fotos de producto	Formato de contenido para estilos de vida, destacando detalles, tecnología, colores y estilos.	Formato: Fotografico Origen: Propio Contenido: Informativo
Comunidad	Mujeres56%, Hombres44%, de 18 a 54	Mujeres 53%, Hombres47% de los 18 a los 44	personas jóvenes y adultas. interesados en el ciclismo y el deporte.
Engagement de likes	2,543 %	13.347%	164.4 %
Engagement de comentarios	379	202	39

HALLAZGOS

Totto

- Productos enfocados a viajes y el uso de productos
- Se muestran los artículos en diferentes sitios turísticos
- Se desea asociar el producto como un aliado para cada uno de tus viajes
- El contenido en su mayoría es estático
- El producto en el cual se hace más contenido es para maleta de ruedas para viajes

Gorigogo

- Incremento del engagement por el lanzamiento de su novela
- Encontramos que en Instagram se tiene un aumento en un 80% de publicaciones, por motivo del lanzamiento de su nueva novela donde se cuenta la historia de Rigoberto Uruñe, lo cual lo hace muy atractivo para que sus seguidores tengan un gran flujo de presencia en este sitio
- Es importante recalcar que las publicaciones en un 99% hablan de su vida cotidiana, lo cual le permite llegar a más público
- Otro punto importante es que tienen ahora línea de ropa deportiva infantil, llegando a un mayor mercado que en este caso son los adultos que tienen niños

Adidas

- Su línea se enfocó mucho en la comodidad de sus productos.
- Alianza con personalidades para mostrar sus productos.
- El contenido es una de las principales marcas del deporte, aclarando su creencia que es a través del deporte.
- Cabe recalcar la publicidad de la marca que incluye a diferentes deportivos de alto rendimiento.



Adidas es una marca que ha apostado fuertemente por la comunicación digital en los últimos años. Su objetivo es conectar con sus consumidores de forma cercana y relevante,

Estrategia 1

Creación de experiencias únicas y personalizadas: busca crear experiencias que sean memorables.



Realización de eventos y competiciones deportivas

productos personalizados

realidad aumentada y la realidad virtual: aplicación móvil para medirse los zapatos

Estrategia 2

Innovación y creatividad: Este tipo de contenido tiene como objetivo promover la marca a la vanguardia de las tendencias



Colaboraciones con otras marcas y artistas

Utilización de los últimos avances tecnológicos

Creación de contenido de alta calidad



Totto busca conectar con sus consumidores de forma cercana y relevante,

Estrategia 1

Conectividad con el consumidor: siempre buscando conectar con sus consumidores de forma cercana y personal.

**Intracción en
redes sociales**

**Creación de
contenido de valor**

**Utilización de
influencers**

Estrategia 2

Responsabilidad social:

**Apoyo a causas
sociales**

**Creación de productos
sostenibles**

**Educación
ambiental**

GO RIGO GO!

su objetivo es conectar con la comunidad del ciclismo, generar confianza y promover este deporte

Estrategia 1

Contenido educativo y motivacional: Este tipo de contenido tiene como objetivo educar a los usuarios sobre el ciclismo y motivarlos a practicar este deporte.

clubs:
cycling club

reels:
información bicicletas

insights

Conocer nuevos lugares
aprender de las vivencias

Estrategia 2

Contenido de marca: Este tipo de contenido tiene como objetivo promover la imagen de marca de Go Rigo Go.

alianzas:
offcorss, postobon

influencers:
Reels de rigo
montando

motivacional:
frases motivacionales



busca aumentar su visibilidad y reconocimiento de marca, mediante sus valores de seguridad, innovación y seguridad

Eventos y comunidad

Crear comunidad y eventos para salir a rodar en grupo, conectar personas y llevarlos a conocer la marca



club

cycling club

eventos

rodadas cerca de bogota

fotografía profesional

fotografía profesional a los participantes

Estrategia 2

Contenido de marca: Este tipo de contenido tiene como objetivo promover la imagen de marca de SmartCross



contenido de valor

influencers:

Reels de macro, micro influencers

motivacional:

frases motivacionales

Mapa de posicionamiento



TOUCHPOINTS MAP

GO RIGO GO!



lo hacen muy bien



lo hacen



no lo hacen

online

- Redes sociales
 - Facebook
 - Twitter
 - Instagram
 - YouTube
 - Tik tok
- Colaboraciones
- Blog
- Influencers
- Marketing digital, SEO
- Marketing digital, SEM

- Web site
- Aplicación Móvil
- Chat Bot
- Webinars
- Email Marketing:
- WhatsApp
- Influencers

- Página Web
- Retargeting
- Personalización
- Market Places
 - Linio
 - Mercado Libre
 - Amazon Colombia
 - Dafiti
 - Falabella

- Programas de Lealtad en Línea
- Ofertas y Descuentos
- Programas de Referidos
- Comunicación Personalizada
- Eventos Virtuales
- Programa de fidelización
- Experiencia on-line

offline

- Tv
- Radio
- Impresos
- POP
- Eventos
- Ferias

- Patrocinios
- BTL
- Patrocinadores
- Material POP
- Eventos activaciones de marca
- Tiendas Físicas
- Influencers

- Tiendas Promociones
- Servicio al Cliente en Tiendas
- Colaboraciones con Minoristas
- Marketing Experiencial
- Merchandising Visual
- Colaboraciones con Almacenes de cadena

- Servicio al Cliente en Persona:
- Programas de Fidelidad en Tiendas
- Eventos Deportivos y Patrocinios
- Experiencia en Tiendas Físicas
- Sostenibilidad

Notoriedad

Consideración

Conversión

Fidelización

TOUCHPOINTS MAP



lo hacen muy bien

lo hacen

no lo hacen

online

- Redes sociales
 - Facebook
 - Twitter
 - Instagram
 - YouTube
 - Tik tok
- Influencers
- Marketing digital, SEO
- Colaboraciones
- Marketing digital, SEM
- Blog

- Web site
- Webinars
- Aplicación Móvil
- Email Marketing:
- Chat Bot
- WhatsApp
- Influencers

- Página Web
- Market Places
 - Linio
 - Mercado Libre
 - Amazon Colombia
 - Dafiti
 - Falabella
- Retargeting
- Personalización

- Programas de Lealtad en Línea
- Comunicación Personalizada
- Ofertas y Descuentos
- Eventos Virtuales
- Programas de Referidos
- Programa de fidelización
- Experiencia on-line

offline

- Tv
- Radio
- Impresos
- POP
- Eventos
- Ferias

- BTL
- Eventos activaciones de marca
- Tiendas Físicas
- Influencers
- Patrocinadores
- Material POP

- Tiendas Promociones
- Marketing Experiencial
- Servicio al Cliente en Tiendas
- Merchandising Visual
- Colaboraciones con Minoristas
- Colaboraciones con Almacenes de cadena

- Servicio al Cliente en Persona
- Eventos Deportivos y Patrocinios
- Programas de Fidelidad en Tiendas
- Experiencia en Tiendas Físicas
- Sostenibilidad

Notoriedad

Consideración

Conversión

Fidelización

TOUCHPOINTS MAP



lo hacen muy bien

lo hacen

no lo hacen

online

- Redes sociales
 - Facebook
 - Twitter
 - Instagram
 - YouTube
 - Tik tok
- Influencers
- Marketing digital, SEO
- Colaboraciones
- Marketing digital, SEM
- Blog

- Web site
- Webinars
- Aplicación Móvil
- Email Marketing:
- WhatsApp
- Chat Bot
- Influencers

- Página Web
- Market Places
 - Linio
 - Mercado Libre
 - Amazon Colombia
 - Dafiti
 - Falabella
- Retargeting
- Personalización

- Programas de Lealtad en Línea
- Comunicación Personalizada
- Ofertas y Descuentos
- Eventos Virtuales
- Programas de Referidos
- Programa de fidelización
- Experiencia on-line

offline

- Tv
- Radio
- Impresos
- POP
- Eventos
- Ferias

- BTL
- Eventos activaciones de marca
- Tiendas Físicas
- Influencers
- Patrocinadores
- Material POP

- Tiendas Promociones
- Marketing Experiencial
- Servicio al Cliente en Tiendas
- Merchandising Visual
- Colaboraciones con Minoristas
- Colaboraciones con Almacenes de cadena

- Servicio al Cliente en Persona:
- Eventos Deportivos y Patrocinios
- Programas de Fidelidad en Tiendas
- Experiencia en Tiendas Físicas
- Sostenibilidad

Notoriedad

Consideración

Conversión

Fidelización

TOUCHPOINTS MAP



Universidad del
Rosario

lo hacen

no lo hacen

online

- Redes sociales
 - Facebook
 - Twitter
 - Instagram
 - YouTube
 - Tik tok
- Influencers
- Marketing digital, SEO
- Colaboraciones
- Blog
- Marketing digital, SEM

- Web site
- Webinars
- Aplicación Móvil
- Email Marketing:
- Chat Bot
- WhatsApp
- Influencers

- Página Web
- Market Places
 - Linio
 - Mercado Libre
 - Amazon Colombia
 - Dafiti
 - Falabella
- Retargeting
- Personalización

- Programas de Lealtad en Línea
- Comunicación Personalizada
- Ofertas y Descuentos
- Eventos Virtuales
- Programas de Referidos
- Programa de fidelización
- Experiencia on-line

offline

- Tv
- Radio
- Impresos
- POP
- Eventos
- Ferias

- BTL
- Eventos activaciones de marca
- Tiendas Físicas
- Influencers
- Patrocinadores
- Material POP

- Tiendas
- Marketing Experiencial
- Servicio al Cliente en Tiendas
- Merchandising Visual
- Colaboraciones con Minoristas
- Colaboraciones con Almacenes de cadena

- Servicio al Cliente en Persona:
- Eventos Deportivos y Patrocinios
- Programas de Fidelidad en Tiendas
- Experiencia en Tiendas Físicas
- Sostenibilidad

Notoriedad

Consideración

Conversión

Fidelización

TOUCHPOINTS MAP



GO RIGO GO!



online

- Redes sociales
 - Facebook
 - Twitter
 - Instagram
 - YouTube
 - Tik tok
- Influencers
- Marketing digital, SEO
- Colaboraciones
- Blog
- Marketing digital, SEM

- Web site
- Webinars
- Aplicación Móvil
- Email Marketing:
- Chat Bot
- WhatsApp
- Influencers

- Página Web
- Market Places
 - Linio
 - Mercado Libre
 - Amazon Colombia
 - Dafiti
 - Falabella
- Retargeting
- Personalización

- Programas de Lealtad en Línea
- Comunicación Personalizada
- Ofertas y Descuentos
- Eventos Virtuales
- Programas de Referidos
- Programa de fidelización
- Experiencias

offline

- Tv
- Radio
- Impresos
- POP
- Eventos
- Ferias

- BTL
- Eventos activaciones de marca
- Tiendas Físicas
- Influencers
- Patrocinadores
- Material POP

- Tiendas Promociones
- Marketing Experiencial
- Servicio al Cliente en Tiendas
- Merchandising Visual
- Colaboraciones con Minoristas
- Colaboraciones con Almacenes de cadena

- Servicio al Cliente en Persona:
- Eventos Deportivos y Patrocinios
- Programas de Fidelidad en Tiendas
- Experiencia en Tiendas Físicas
- Sostenibilidad

Notoriedad

Consideración


Conversión


Fidelización

MATRIZ DE TEMÁTICAS

mi Empresa	
text	Seguridad
text	Diferenciación
text	Originalidad
text	Conecta con historias
text	Comodidad y estilo.
text	

GO RIGO GO!	
	Conecta con historias
	Nutrición
	Seguridad
	Promociones
	Comodidad y estilo.

	
	Conecta con historias
	Versatilidad
	Nutrición
	Seguridad
	Comodidad y estilo.

	
text	Viajes
text	Comodidad y estilo.
text	Escolar
text	Seguridad
text	originalidad
text	Conecta con historias

Temas top 1	
	Conecta con historias
	Seguridad
	Comodidad y estilo.

Temas no top 2	
	Viaje
	Escolar
	Nutrición
	Promoción

AUDIENCIAS

Mapa de públicos

clientes actuales

- Ciclistas urbanos
- Ciclistas profesionales
- Clubs
- Usuarios scooter
- Corporativo

• **Ciclistas urbanos**

- Eventos deportivos y competencias
- Personas conscientes del medio ambiente
- Tiendas de deportes

• **Tiendas de deportes**

clientes perdidos

- Personas que han dejado de montar por lesiones
- Cambio de preferencias
- Cambio de presupuesto




• **Cambio de preferencias**

INSIGHTS:



- Pasión por la bicicleta como modo de ejercicio, transporte o deporte.
- Disciplina y dedicación para mantener una rutina.
- Interés en la salud y el bienestar físico.
- Disposición a explorar nuevas rutas y desafíos.
- Aprecio por la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente.
- Gusto por la aventura y los viajes en bicicleta.
- Enfoque en la seguridad, incluyendo el uso de cascos y luces.
- Valoración de la calidad y el rendimiento en su equipo de ciclismo.
- Participación en eventos y competiciones de ciclismo.
- Seguimiento de noticias y tendencias relacionadas con el ciclismo.
- Comunidad y conexión con otros entusiastas del ciclismo.
- Tendencia a adoptar un estilo de vida activo y saludable.

COSTUMER JOURNEY

	TOFU	MOFU	BOFU
Acciones ¿Qué hace en esta etapa el cliente?	Según preferencias y necesidades. A través de recomendaciones. Por parte de los diferentes eventos.	Comodidad de sus productos. Calidad de sus materiales.	Satisfacción con la información. Confiabilidad en cuanto a los productos. Motivados para realizar sus compras.
Touchpoints ¿En qué medios/canales realiza estas acciones? ¿Por dónde podemos interactuar con él?	Por el sitio Web y Redes Sociales. Se pueden hacer publicaciones clientes y sus historias.	Canales para interactuar con los clientes. Por medio de correos electrónicos, para enviar ofertas especiales. Anuncios dirigidos para para mostrar los diferentes productos.	Su página de pago sea fácil de usar. Confirmación de pago a los clientes potenciales. Agradecer al cliente por su pago por medio de E-mail.
Pensamiento ¿En qué está pensando el cliente en esta etapa?	Según una necesidad. Considera el precio del producto. Reputación de la marca.	¿Qué presupuesto tengo? Es un producto de buena calidad? ¿Cuanto tiempo durará una oferta?	¿Mi pedido llegó a tiempo? Marca confiable en cuanto a sus productos. Satisfacción por sus compras.
Sentimientos ¿Cómo se siente realizando estas acciones?			
Como marca, ¿Qué le puedo ofrecer al cliente en esta etapa?	Productos de calidad y tecnología. Precios asequibles y servicio al cliente.	Compromiso a ayudar a los clientes a buscar el producto. Contenido relevante. Descuentos especiales.	Garantías y devoluciones. Que se sientan valorados y atendidos. Disponibilidad de tiempo para responder preguntas. Un número de contacto que puede obtener ayuda personalizada.

PALABRAS CLAVE

Short directas

- Jerseys y morrales de SMART CROSS
- Calidad e innovación por SMART CROSS
- Productos de seguridad de SMART CROSS

long directas

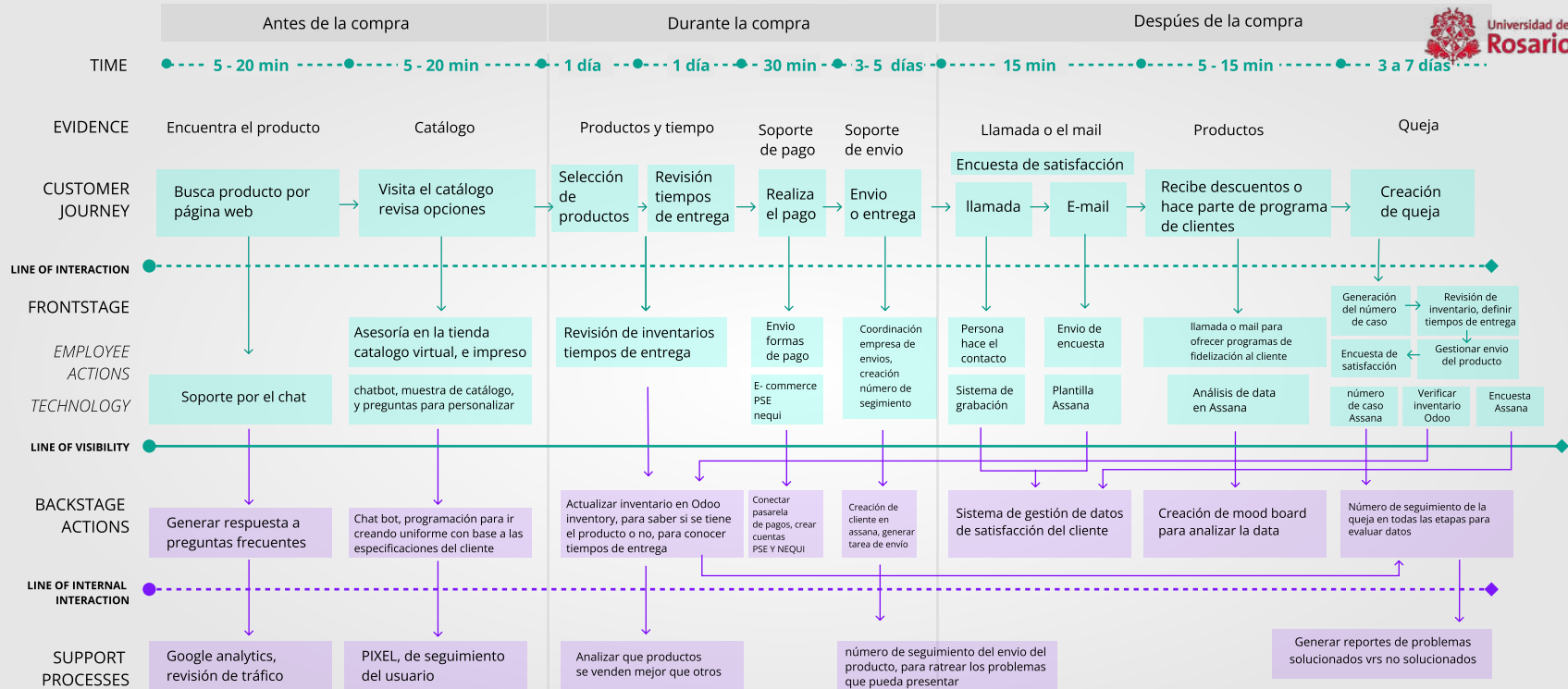
- Donde esta ubicado SMART CROSS en Bogotá
- Descuentos en accesorios y ropa en SMART CROSS

Short indirectas

- Ropa y accesorios con Reflectivos
- Accesorios de calidad para ciclistas
- Productos seguros para ciclistas

long indirectas

- Dónde comprar productos de ciclismo en Bogotá?
- Qué artículos debe utilizar un ciclista?



DOFA

DEBILIDADES

TOFU D1 ausencia de estrategias outbound

MOFU D2 problemas con la experiencia del usuario en la página web

BOFU D3 no existe ofertas especiales - cupones -puntos

FORTALEZAS

TOFU F1 productos de alta calidad y tecnologías

f2 innovacion en los productos

MOFU f3 contenido relevante para los ciclistas en las redes sociales

BOFU f4 comunicación directa con la seo para garantía o devoluciones
f5 servicio al cliente personalizado

TOFU A1 reputación de la marca por la copia y piratería de nuestros productos por competidores sustitutos

MOFU A2 data negativa o baja en el engagement de redes sociales y web

BOFU A3 no hay fidelización por plan o estrategia que no funcione por bajos indicadores en ventas y promociones

TOFU aumento del uso de la bicicleta en colombia

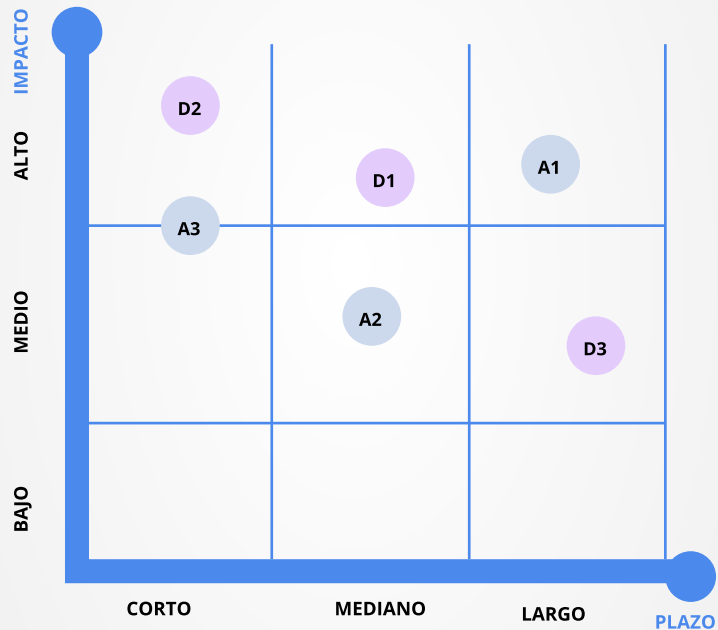
MOFU seguridad, innovación y tecnología

BOFU llegar a nuevos mercados gracias a las plataformas digitales

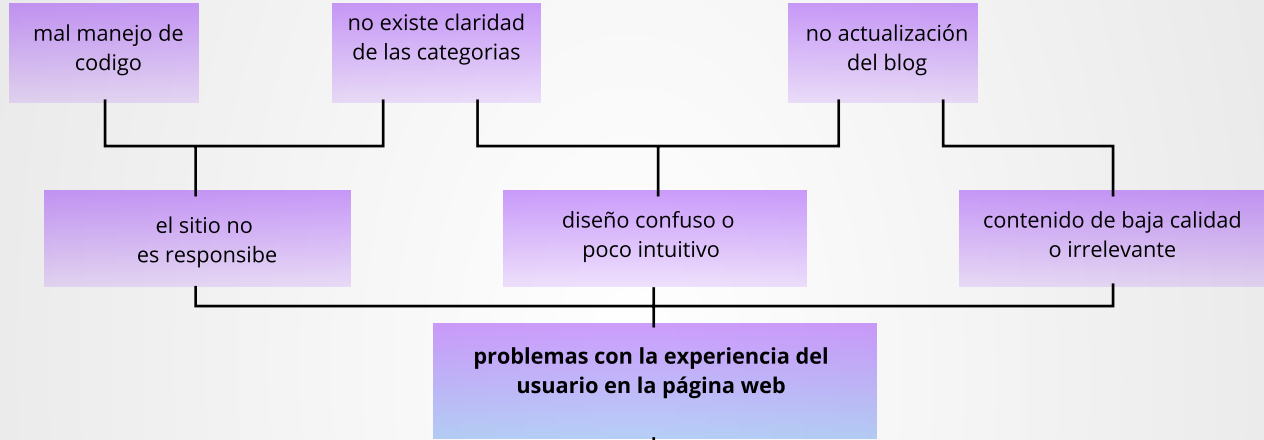
AMENAZAS

OPORTUNIDADES

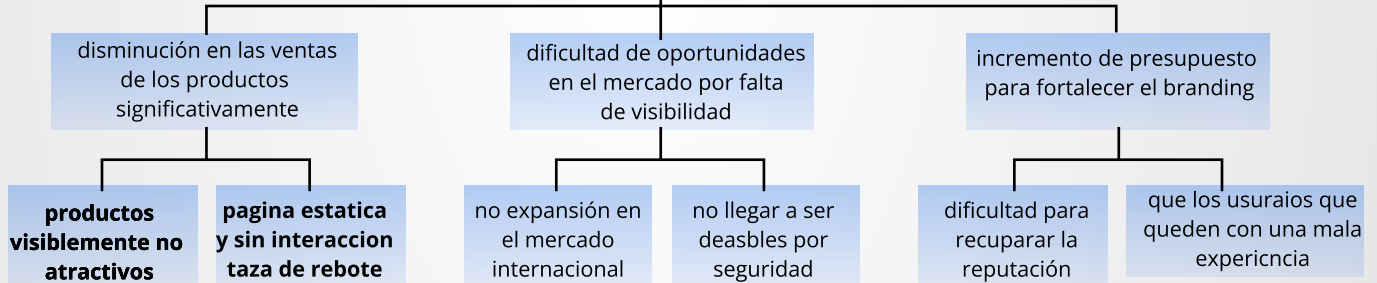
EJES DE ANALISIS



CAUSAS



EFFECTOS



OBJETIVOS

TOFU

EN EL PLAZO DE 6 MESES, SE DESEA MEJORAR LA VELOCIDAD DE CARGA DEL SITIO WEB EN UN 30% CON EL FIN DE BRINDAR UNA EXPERIENCIA OPTIMA AL USUARIO

MOFU

CONSEGUIR QUE 3 DE 5 USUARIOS CALIFIQUEN LA EXPERIENCIA DENTRO DEL SITIO WEB EN EL PLAZO DE 6 MESES

BOFU

INCREMENTAR LAS COMPRAS EN LA PÁGINA WEB EN UN 15% EN UN PLAZO DE 6 MESES.

TOFU

**EN EL PLAZO DE 6 MESES, SE DESEA
MEJORAR LA VELOCIDAD DE CARGA
DEL SITIO WEB EN UN 30% CON EL
FIN DE BRINDAR UNA EXPERIENCIA
OPTIMA AL USUARIO**

VARIABLE O ATRIBUTO: Variable

NOMBRE: Velocidad de carga del sitio web

ESCALA: PORCENTUAL 30%

RANGO MÁX. ACTUAL 58% ----30%

RANGO MÍN. 25%

HORIZONTE: 2 Meses

DEFINICIÓN:N/A

INSTRUMENTO: Website Grader

PREGUNTA: N/A

FÓRMULA: PAGESPEED INSIGHTS

MOFU

**CONSEGUIR QUE 3 DE 5 USUARIOS
CALIFIQUEN LA EXPERIENCIA DENTRO
DEL SITIO WEB EN EL PLAZO DE 6 MESES**

VARIABLE O ATRIBUTO: Atributo

NOMBRE: la experiencia del usuario en la página web

ESCALA: CALIFICACIÓN positiva Buena: mas del 70 % de las preguntas
Regular: mas del menos del 50 % de las preguntas
Mala: mas del menos del 20 % de las preguntas

RANGO MÁX. 3 Personas

RANGO MÍN. 2 Personas

HORIZONTE. Cada 2 Meses

DEFINICIÓN: Experiencia De Usuario: Se Define Como La Percepción Residual Que Le Llega A Un Uusuario Despues De Interactuar La Página Web

INSTRUMENTO: Encuesta

PREGUNTA: ¿cómo calificaría su experiencia general al usar nuestra página web en una escala del 1 al 10, donde 1 es extremadamente insatisfactoria y 10 es extremadamente satisfactoria?

FÓRMULA:
$$\frac{\text{UX UI}}{\text{RENDIMIENTO DE LA PÁGINA}} = \text{EXPERIENCIA DEL USUARIO}$$

BOFU

**INCREMENTAR LAS CONVERSIÓN
VENTAS EN LA PÁGINA WEB EN
UN 15% EN UN PLAZO DE 6 MESES.**

VARIABLE O ATRIBUTO: VARIABLE

NOMBRE VENTAS

ESCALA PORCENTAJE

RANGO MÁX. 15%

RANGO MÍN. 10%

HORIZONTE MENSUAL

DEFINICIÓN N/A

**INSTRUMENTO TASA DE CONVERSIÓN DE LEAD
CALIFICADOS**

PREGUNTA N/A

**FÓRMULA : LEADS CONVERTIDOS EN VENTAS /
LEADS CUALIFICADOS X 100**

DIAGRAMA DE RELEVANCIA COMUNICATIVA



POINT OF PARITY VS. POINT OF DIFERENCE

	POINT OF PARITY	POINT OF DIFFERENCE
		SEGURIDAD
	PASION	
	EMPODERAMIENTNO	
	VERSATILIDAD	

INSIGHTS VS. DIAGRAMA DE RELEVANCIA COMUNICATIVA

**LA SEGURIDAD VIAL ES UN VALOR FUNDAMENTAL
PARA NOSOTROS**

**PRODUCTOS DE ALTA CALIDAD QUE SE ADAPTAN
A LAS NECESIDADES DE LOS USUARIOS EN LA VIA.**

**DISPOSICION A EXPLORAR NUEVAS RUTAS Y
DESAFIOS**

**PASION POR LA BICICLETA COMO MODO DE
EJERCICIO, TRANSPORTE O DEPORTE**

LA ALEGRIA DE RODAR SEGUROS

ARQUETIPO

El explorador: Este resalta la idea de que la empresa está en constante búsqueda de nuevas soluciones.

Innovador o visionario: Podría comunicar una idea que la empresa va a la vanguardia de nuevas tecnologías.

Vanguardista: Destaca la empresa como líder en su campo , siendo innovadora y marcando tendencias.

LINKS EXCEL

Palabras clave

Plan de MKT

EMPRENDIMIENTO

PROPUESTA DE VALOR

PROBLEMA

TASA DE ACCIDENTALIDAD

EN 2021
MURIERON

471

Ciclistas en medio de accidentes viales en Colombia

Seguridad Vial: Los ciclistas a menudo se sienten vulnerables en la carretera, ya que comparten el espacio con vehículos más grandes. La falta de infraestructura adecuada, como carriles para bicicletas segregados o señalización inadecuada, puede aumentar el riesgo de accidentes y colisiones

Transformamos la experiencia de ciclismo fusionando moda deportiva con tecnologías avanzadas para seguridad y comodidad. Ofrecemos prendas innovadoras con sensores y dispositivos de última generación, respaldadas por un equipo especializado y modernas instalaciones. Nos comprometemos con el cumplimiento de regulaciones y protección de la propiedad intelectual, asegurando productos vanguardistas y la confianza de nuestros clientes.

SEGMENTACIÓN

Ciclistas urbanos y suburbanos de 18 a 45 años, con ingresos medios a altos, que valoran la seguridad y buscan mejorar su experiencia de ciclismo a través de productos de alta calidad y tecnológicamente avanzados. muestran interés en prendas que combinan moda deportiva con características innovadoras, como la mejora de la visibilidad en carretera.

CANALES

- Publicidad RRSS: Instagram
- Página Web - e-commerce
- Punto Físico: Bicicafe Mannytech - Cajicá
- Marketplace: Mercado Libre, Linio, Falabella, Rappi



SOCIOS CLAVE



Fabrica Especializada En Chaquetas Y Chalecos (Bogotá)

Fabrica Especializada En Morrales Y Alforjas (Bogotá)

Fabrica Especializada Ciclismo Elite (Ibague)

Fabrica Especializada En Ciclismo Estandar (Bogotá)

Fabrica Especializada En Guantes Ciclismo Y Moto Elite (Pakistan)

JLCPCB Fabrica De PCB Y Emsamble De Componentes (China)

ACTIVIDADES CLAVE



- Investigación y desarrollo, ingeniería de productos con sensores, producción con controles de calidad, estrategias de marketing centradas en la seguridad, ventas y distribución multicanal, soporte al cliente.. Estas actividades permitirían a la empresa desarrollar y comercializar productos innovadores y seguros, adaptados a las necesidades del mercado.

RECURSOS CLAVE



Investigadores, talento humano especializado, instalaciones de producción y colaboraciones con proveedores tecnológicos. Recursos de tecnología e infraestructura informática, sistemas eficientes de gestión y estrategias de marketing digital, departamento de servicio al cliente, acceso a datos de investigación de mercado y recursos legales para el cumplimiento de regulaciones y protección de la propiedad intelectual.

PROPUESTA DE VALOR



Productos para el ciclismo que combinan el estilo con la tecnología para mejorar la seguridad y la visibilidad de los ciclistas en la carretera, ayudando a prevenir accidentes y mejorar la experiencia general de ciclismo.

- Chaleco con luces LED y sensores de movimiento
- Casco inteligente con tecnología de detección de impactos
- Guantes con luces led e indicadores de giro incorporados
- Maillot con tecnología reflectante y detección de proximidad
- Pantalones con tecnología de vibración para alertas de tráfico

RELACIÓN CON CLIENTES



- Contenido de Blog y videos informativos y publicidad instagram.
- Programa de afiliados con influencers locales con descuentos especiales.
- Kits de Inicio para ciclistas principales
- Ofertas de temporada
- Colaboraciones con clubes de ciclistas locales
- Talleres en línea y concursos..
- Productos personalizados en prendas.

CANALES



- Publicidad RRSS: Instagram
- Página Web - e-commerce
- Punto Físico: - Cajicá (Bicicafe Mannytech)
- Marketplace: Mercado Libre, Linio, Falabella, Rappi

SEGMENTOS DE CLIENTES



Ciclistas urbanos y suburbanos de 18 a 45 años, con ingresos medio-altos, que valoran la seguridad y buscan mejorar su experiencia de ciclismo a través de productos de alta calidad y tecnológicamente avanzados. muestran interés en prendas que combinan moda deportiva con características innovadoras, como la mejora de la visibilidad en carretera.

ESTRUCTURA DE COSTOS



Costos de investigación y desarrollo para la innovación, gastos de producción que abarcan materiales y mano de obra, salarios y beneficios para el talento humano especializado, colaboraciones y asociaciones con proveedores tecnológicos, inversiones en tecnología e infraestructura informática, estrategias de marketing y publicidad, costos de ventas y distribución, mantenimiento de un servicio al cliente eficiente, investigación de mercado y análisis, gastos legales para el cumplimiento de regulaciones y protección de la propiedad intelectual, junto con gastos generales y administrativos para la operación diaria.

FUENTES DE INGRESOS



Marketing Place: Falabella-Linio-Mercado libre-Rappi
 ventas Directas: Ecommerce
 Suscripcion Club: Incentivos y descuentos
 Aplicacion Free:se compartira contenido de valor con rutas acceso a la comunidad, eventos chat en vivo, mantener usuarios activos y recolectar datos de consumo

GERENCIA DE CLIENTES

MODELO ACTUAL DE ATENCION AL CLIENTE

Mensaje de aprobación del producto

Estimado cliente tenga en cuenta que en todo tipo de trabajo se le enviará muestra para aprobación entendiéndose por APROBACIÓN que el producto está correcto, se ajusta a requerimiento, por lo tanto después de esta aprobación procedemos a realizar la producción. Tengan en cuenta que si en esta aprobación hay algún error, será asumido por el cliente para evitar mal entendidos se envía dicha muestra. Para producciones mayores a 50 unidades el cliente debe de aprobar muestra físicamente.

Entra la queja canales:

WhatsApp,
E-mail,
llamada

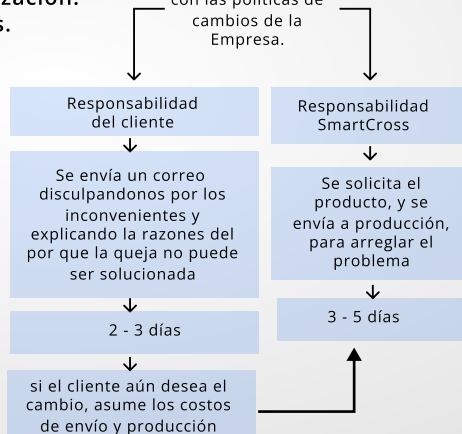
Tipos de Queja:

- Queja por tallaje
- por logos de personalización.
- Garantías.

Revisión de la queja,

clasificación,

Verificar si cumple con las políticas de cambios de la Empresa.



Se archiva la información de la queja del cliente en un excel de repositorio de quejas

CANALES DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES

- Sitio web: El sitio web de Smart Cross es el principal canal de comunicación de la empresa. El sitio web proporciona información sobre los productos de la empresa, sus servicios y su historia. También incluye un blog, una tienda en línea y una sección de contacto.
-
- Redes sociales: Smart Cross tiene cuentas activas en las principales redes sociales, incluidas Facebook, Twitter, Instagram y YouTube. La empresa utiliza estas plataformas para compartir noticias, información sobre productos y eventos.
-
- Correo electrónico: Smart Cross utiliza el correo electrónico para enviar boletines informativos, ofertas y promociones a sus clientes

CANALES DE COMUNICACIÓN DIGITALES

- Marketing por correo electrónico: Smart Cross utiliza el marketing por correo electrónico para llegar a sus clientes potenciales y actuales. La empresa envía boletines informativos, ofertas y promociones a sus suscriptores.
- Publicidad digital: Smart Cross utiliza publicidad digital para llegar a un público más amplio. La empresa publica anuncios en sitios web, redes sociales y plataformas de búsqueda.
- Influencers: Smart Cross colabora con influencers para promocionar sus productos. La empresa invita a los influencers a probar sus bicicletas eléctricas y a compartir sus experiencias en las redes sociales.

OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO INTEGRADOR

Diseñar un plan de marketing con estrategias de comunicación de **posicionamiento de marca**, mejorar la **distribución al detal** y la consolidación de estrategias e-commerce, haciendo uso de canales digitales y tradicionales que aumenten el tráfico e interacción en nuestra página web y en instagram en un 40%, transmitiendo nuestra propuesta de valor para generar awareness y ganar cuota de mercado durante los siguientes 2 años.

Perfil del cliente



Alegrías:

- Comprar productos de alta calidad, tecnología y seguridad.
- Tener productos y accesorios que sean duraderos.
- Sentirse cómodo y seguro en las vías con mayor rendimiento deportivo.
- Sentirse a gusto con sus compañeros y amigos.

Frustraciones:

- Tener implementos o accesorios de baja calidad.
- Prendas que no los protejan de rayos solares y lluvias.
- Sentirse del común sin estilo con las prendas que utiliza.
- No contar con la seguridad con los implementos que se tienen al momento de un accidente.
- No tener la visibilidad necesaria en las vías.

Trabajos:

- Ser visibles en la vía.
- Sentirse seguro en los trayectos realizados.
- Dar buenas referencias e incentivar que más vivan la experiencia.
- Sentirse único y diferenciado con los diseños personalizados

Roles de compra



El iniciador

Los ciclistas mismos para mejorar su experiencia en la bicicleta. Sin embargo, también hay otros actores como Ciclistas individuales, Tiendas especializadas, Las tiendas de ciclismo, tanto físicas como en línea, entrenadores o grupos de ciclistas, entrenadores personales o los grupos de ciclismo de que requieren accesorios específicos para mejorar el entrenamiento, la técnica o la seguridad. ser visibles en la vía.



El aconsejador

Familiares
Amigos
Redes sociales
Vendedor tiendas
Asesores en línea



El decisor

Usuario final
Ciclista cotidiado - deportivo
Patinadores
Usuarios de Patineta
Ocasional



El comprador

Usuario final
Patrocinadores
Proveedores
Clubs
Ocasional



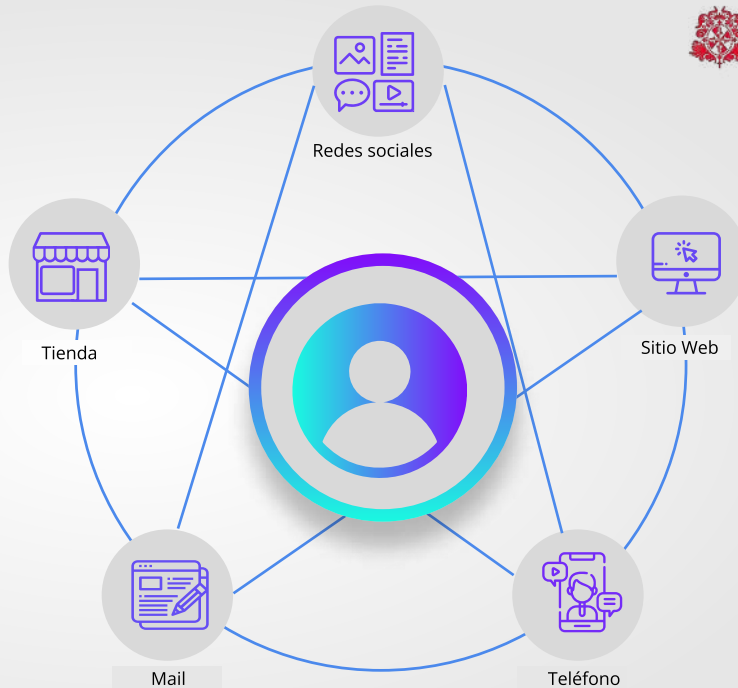
El consumidor

Persona que practique el ciclismo como deporte, como medio de transporte o como actividad recreativa. Esto incluye a ciclistas de todos los géneros, ciclistas profesionales, entusiastas o ciclistas ocasionales usuarios de scooter, moto, o patines

Omnicanalidad

Actualmente los canales de atención de SmartCross actúan de manera independiente, ofrecen experiencias de atención al usuario diferentes y no se comunican entre si, la información se repite en los canales. Y los canales no se comunican entre si.

Se recomienda un modelo omnicanal en el que los canales se comuniquen entre si en el cual el cliente experimente la misma experiencia y usar estos datos para brindar una experiencia integral al cliente.





Redes sociales
Instagram



Sitio Web
<https://smartcross.com.co/>



Tienda Física
Cajicá - Zipaquirá #kilómetro 0,
Cajicá, El Tejar, Zipaquirá,
Cundinamarca



Mail



Teléfono

Por estos canales el cliente encuentra la marca, se propone que estas plataformas estén linkedas con WhatsApp bussines en la cual se contara con un chat bot **herramienta: Intercom**. Esto facilitará la entrega de información automatizada y dudas frecuentes como tallas y personalización.

El chat bot debe estar linkeado con una herramienta de gestión de producción e inventario, **herramienta: Odoo Inventory**, esto ayudara a cruzar la información para verificar si el producto esta disponible o se debe generar una nueva orden de compra.

Estos canales hacen parte del proceso post-venta puede ser via mail o por llamada telefónica, se recomienda el uso de **Assana** para identificar en que etapa se encuentra el cliente y así generar estrategias de seguimiento y de fidelización con el cliente.

Niveles de soporte técnico

Nivel 1:

Incidencias básicas clientes

1. Incidencias en el producto.
2. Variedad de tallas disponible.
3. Gama de colores ofrecidos.
4. Calidad y durabilidad de las costuras.

Responsable: Ceo -

Nivel 2:

Problemas Técnicos:

1. Errores en la red.
2. Falta de accesibilidad en diferentes dispositivos.
3. Demoras en el ingreso a la página web.
4. Dificultades en el proceso de pagos en línea (pasarela de pagos).

Responsable: Oscar Tavera,
Responsable del area de IT

Nivel 3:

Nivel 3. Incidentes relacionados con areas de especialización

1. Defectos de fabricación en guantes con tecnología.
2. Problemas de fabricación
3. Baja calidad de insumos.

Responsables: proveedores

Fabrica Especializada En Chaquetas Y Chalecos (Bogotá)

Fabrica Especializada En Morrales Y Alforjas (Bogotá)

Fabrica Especializada Ciclismo Elite (Ibague)

Fabrica Especializada En Ciclismo Estandar (Bogota)

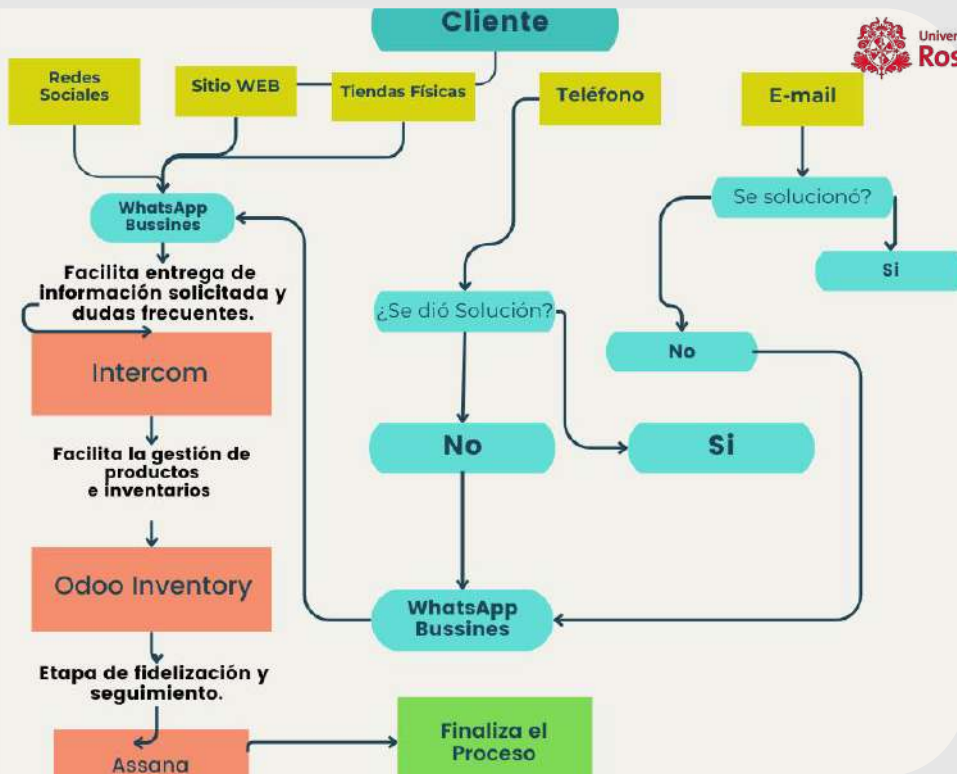
Fabrica Especializada En Guantes Ciclismo Y Moto Elite (Pakistan)

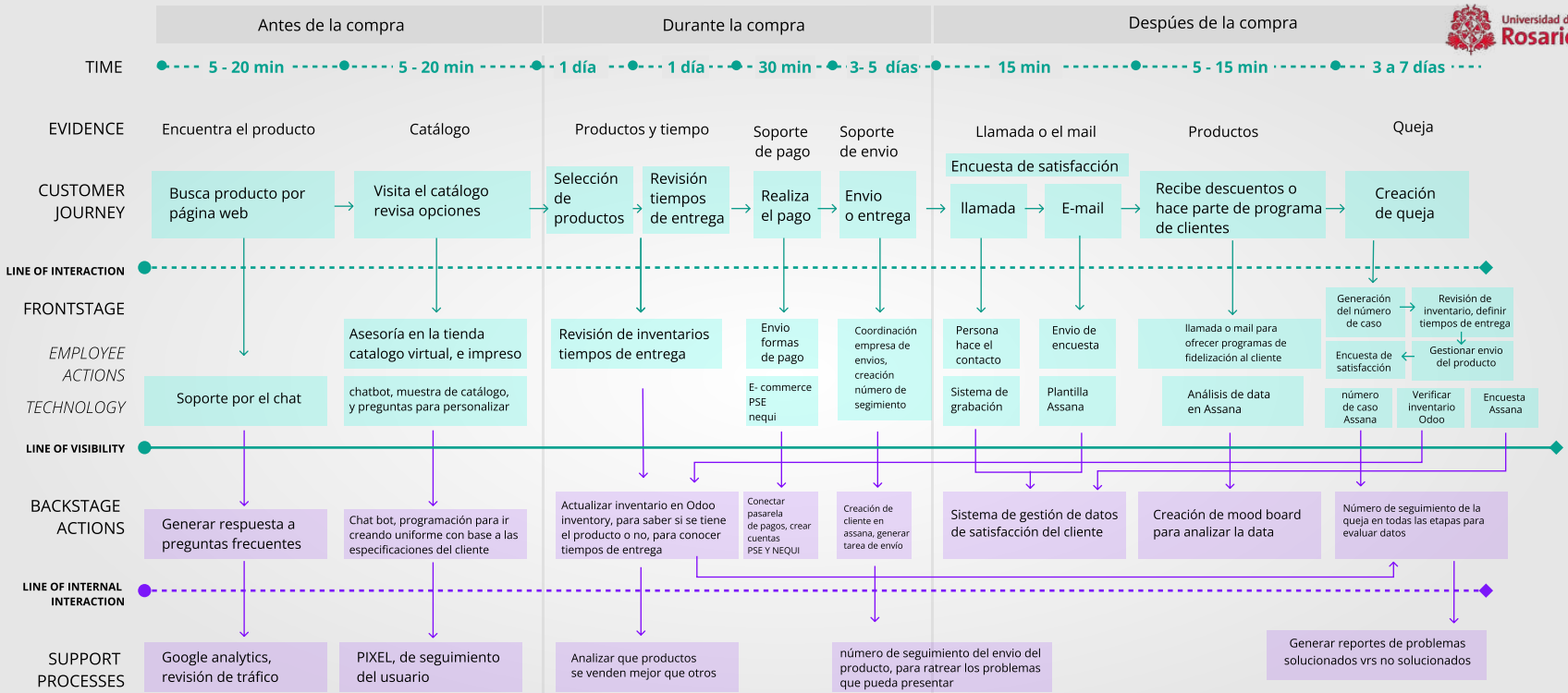
JLPCB Fabrica De PCB Y Emsamble De Componentes (China)

Canales de atención

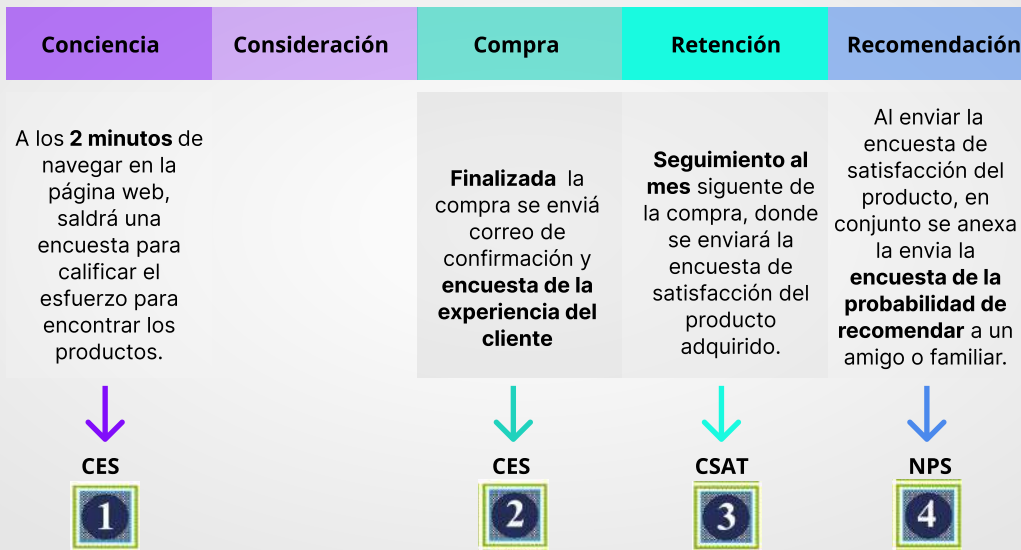
SMART CROSS

diagrama de flujo





Journey Cliente



Encuestas

CSAT

¿Qué tan satisfecho estás con el producto que acabaste de comprar?



Totamente Satisfecho



Satisfecho



Indiferente



No muy Satisfecho



Totamente Insatisfecho

¿Qué tan satisfecho estás con el servicio que acabas de recibir?



Totamente Satisfecho



Satisfecho



Indiferente



No muy Satisfecho



Totamente Insatisfecho

CES

¿Qué tan fácil fue comprar tu producto por este medio?



¿Cuanto esfuerzo tuviste que hacer para encontrar nuestros productos?



NPS

¿Cuál es la probabilidad de recomendar nuestros productos a amigos o familiares?



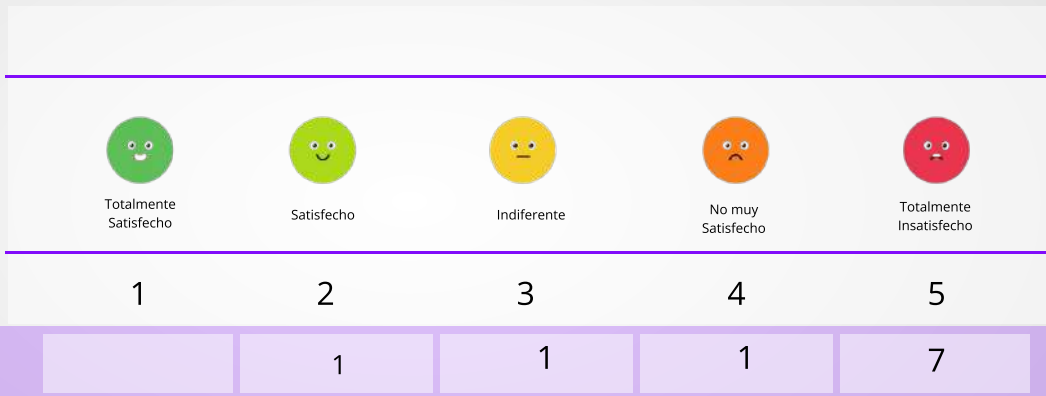
¿Nuestros productos cumplen con tu necesidad y satisfacción?



CSAT

Métricas

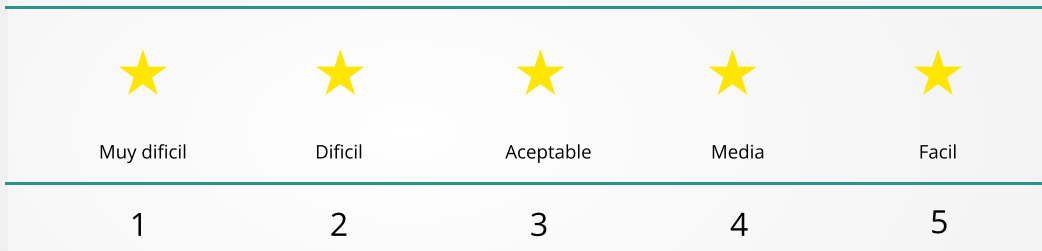
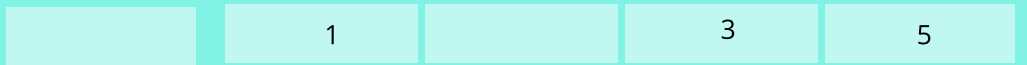
Indice de satisfacci3n

**CSAT****80%**

CES

Métricas

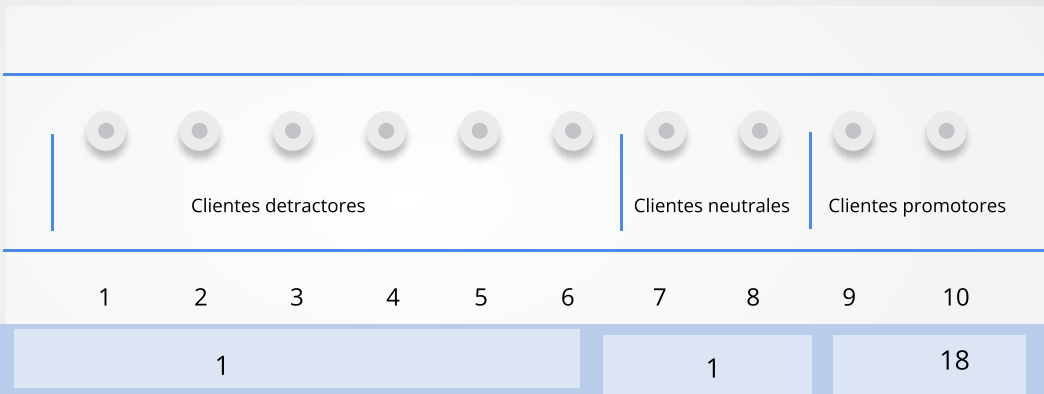
índice de esfuerzo hecho por el cliente

**Respuestas****CES****88%**

NPS

Métricas

Net promoter score



Respuestas

NPS

90%

Asesor / Autoservicio

Métricas de medición



Tickets resueltos



Reactivación de clientes



Tiempo de resolución
de la PQR



Tiempo de espera
del solicitante



Reapertura de tickets



Satisfacción de
la atención

Flujo Venta

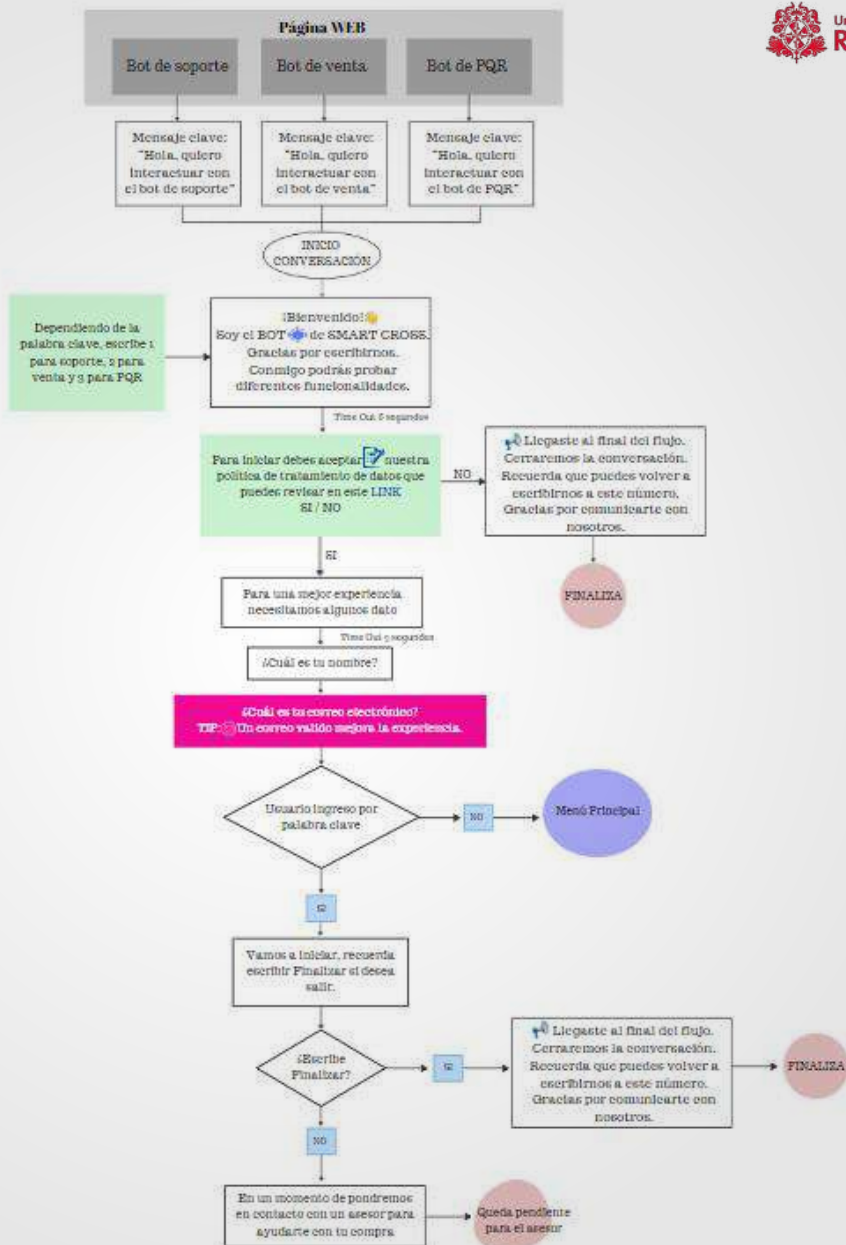
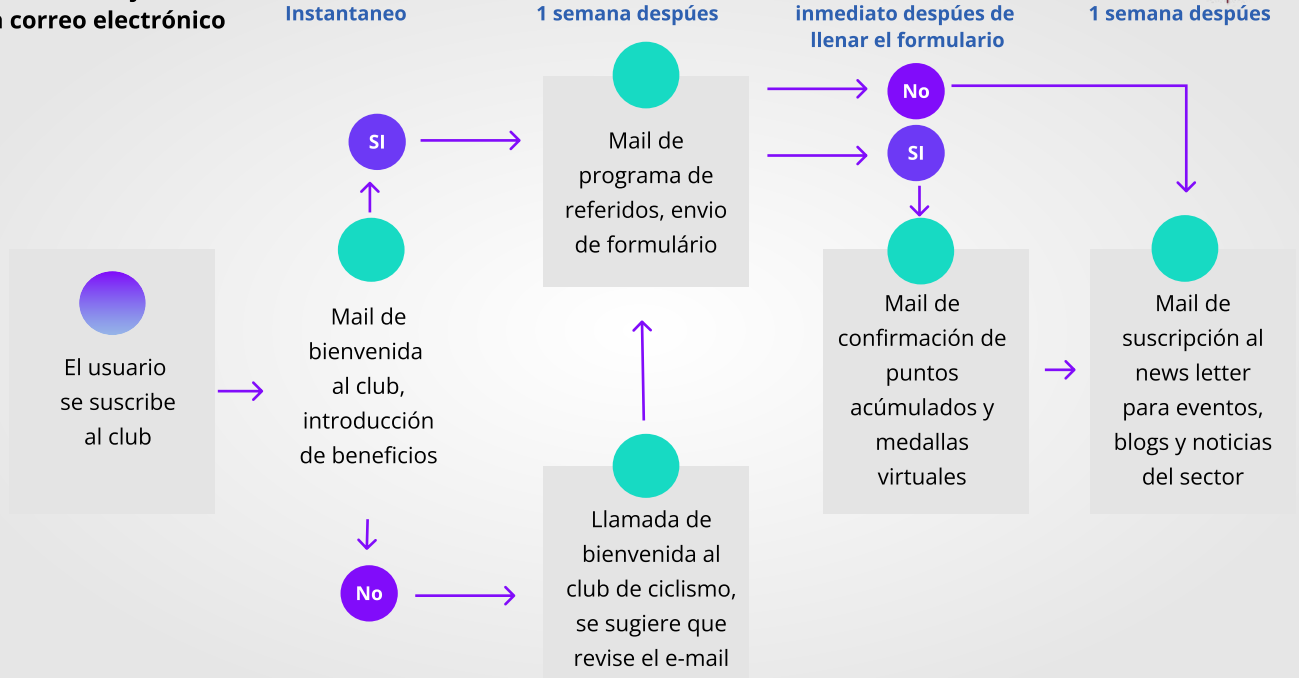


Diagrama de flujo para correo electrónico



Preguntas frecuentes

¿Qué tipo de morral o bolso se debe usar para andar en bicicleta?

Para andar en bicicleta, es ideal utilizar un morral o bolso que sea cómodo y seguro. Algunos tipos recomendados son:

1. Mochila con correas ajustables: Una mochila con correas ajustables que se adapten bien a tu cuerpo y eviten balanceos excesivos mientras pedaleas.
2. Mochilas con sistema de ventilación: Aquellas que cuenten con un sistema de ventilación en la espalda para reducir la acumulación de sudor y mantener la comodidad durante el viaje.
3. Morrales tipo mensajero: Estos suelen tener una correa que se ajusta diagonalmente sobre el torso, lo que distribuye el peso de manera más uniforme y reduce el movimiento al andar en bicicleta.
4. Bolsos para bicicleta: Bolsos diseñados específicamente para ser montados en la bicicleta, como alforjas, alforjas de manillar o bolsos para el portaequipaje trasero. Estos son útiles para llevar cosas sin tener que cargar peso sobre tu espalda.

Sea cual sea el tipo de morral que elijas, es importante que sea lo suficientemente seguro para evitar que se enganche en las ruedas o los componentes de la bicicleta, y que te permita moverte con comodidad mientras pedaleas.

¿Son importantes los guantes de ciclismo?

Sí, los guantes de ciclismo son importantes por varias razones:

1. Protección: Ayudan a proteger tus manos en caso de caídas o accidentes. La capa acolchada en la palma puede amortiguar el impacto y reducir el riesgo de lesiones en la piel.
 2. Agarre: Los guantes suelen tener partes de agarre en los dedos y la palma, lo que mejora la sujeción de manillares y frenos, especialmente en condiciones húmedas o sudorosas.
 3. Comodidad: Reducen la fricción entre las manos y el manillar, evitando la formación de callosidades y ampollas. Además, algunos guantes tienen propiedades absorbentes para ayudar a mantener las manos secas.
 4. Aislamiento: En climas fríos, los guantes pueden proporcionar aislamiento térmico, manteniendo tus manos más cálidas y cómodas durante el viaje.
- En resumen, los guantes de ciclismo no solo ofrecen protección, sino que también pueden mejorar tu comodidad y rendimiento mientras montas en bicicleta.

¿Qué tipo de ropa es más adecuada para diferentes condiciones climáticas?

Clima cálido:

- Camisetas transpirables: Opta por mangas cortas o sin mangas con materiales que absorban la humedad para mantenerte fresco.
- Shorts o pantalones cortos: Usa prendas cómodas y transpirables que permitan libertad de movimiento.
- Protector solar: Aplica para protegerte de los rayos UV, especialmente en áreas expuestas.

Clima fresco o frío:

- Capas de ropa: Utiliza varias capas para ajustar la temperatura según sea necesario, como una camiseta térmica debajo de una chaqueta cortavientos.
- Chaqueta cortavientos: Protege del viento que puede enfriar rápidamente el cuerpo durante el pedaleo.

¿Los guantes de Smart Cross permiten mayor seguridad?

Los guantes Smart Cross brindan mayor seguridad gracias a su tecnología anti choque, ajuste en la muñeca y la inclusión de reflectivo para ser visibles en la vía

¿Cómo hago para saber cuál es mi talla en jersey?

Encontrar tu talla de jersey para ciclismo puede variar según la marca y el estilo, pero generalmente puedes seguir estas pautas:

1. Toma tus medidas: Utiliza una cinta métrica para medir tu pecho, cintura y longitud del torso. Estas medidas te ayudarán a elegir la talla correcta según la tabla de tallas proporcionada por el fabricante.
2. Consulta la tabla de tallas: Cada marca suele tener su propia tabla de tallas. Busca en el sitio web del fabricante o en la etiqueta del producto para encontrar una guía de tallas que te indique qué talla se ajusta a tus medidas corporales.
3. Considera el ajuste: Los jerseys de ciclismo pueden tener distintos tipos de ajuste: ceñido, regular o holgado. Dependiendo de tu preferencia y del estilo del jersey, elige la talla que te brinde el ajuste que te resulte más cómodo.

¿Cómo lavar y cuidar la ropa de ciclismo?

Para mantener la durabilidad y rendimiento de la ropa de ciclismo, es esencial seguir algunas pautas de cuidado. Antes de lavar, verifica las etiquetas para seguir las instrucciones específicas del fabricante, ya que algunas prendas pueden requerir lavado a mano o en agua fría. Lava la ropa por separado para evitar el roce con elementos abrasivos y voltea las prendas del revés para proteger las áreas de mayor desgaste. Emplea un detergente suave y específico para ropa técnica, evitando suavizantes que puedan obstruir las fibras. Tanto en lavado a mano como en lavadora, utiliza agua fría y un ciclo suave. Evita la secadora, el planchado y el uso de lejía, ya que pueden dañar las fibras técnicas. Almacena la ropa en un lugar fresco y seco, evitando bolsas húmedas. Siguiendo estos consejos, puedes prolongar la vida útil de tu ropa de ciclismo y disfrutar de tus viajes con comodidad.

¿Por qué es necesario utilizar ropa específica para ciclismo?

La ropa diseñada específicamente para ciclismo cumple diversos propósitos esenciales que benefician tanto el rendimiento como la comodidad y seguridad del ciclista. Su ajuste ceñido y materiales transpirables ofrecen comodidad al controlar la humedad y prevenir rozaduras. La aerodinámica mejorada, resultado del diseño ajustado, contribuye a una mayor eficiencia y velocidad, especialmente en competiciones o rutas extensas. Además, los culotes suelen contar con almohadillas para amortiguar la entrepierna y proporcionar protección, mientras que elementos reflectantes en la ropa aumentan la visibilidad del ciclista, previniendo accidentes, especialmente en condiciones de poca luz. Asimismo, la presencia de bolsillos en maillots y chaquetas facilita el almacenamiento de alimentos, herramientas u objetos esenciales durante el viaje. En resumen, la ropa específica para ciclismo no solo optimiza la experiencia del ciclista en términos de comodidad y rendimiento, sino que también contribuye significativamente a su seguridad y bienestar en la carretera.

¿Qué características son importante al momento de elegir la ropa para ciclismo?

Cuando elijas ropa para ciclismo, es fundamental tener en cuenta diversas características para asegurarte de que satisfaga tus necesidades y garantice comodidad durante tus salidas. Busca un ajuste ceñido pero cómodo que permita movimientos amplios sin causar rozaduras. Opta por materiales transpirables que absorban y sequen rápidamente el sudor, manteniendo tu piel seca. Considera la protección UV si pasas tiempo al aire libre bajo el sol. Para mejorar la visibilidad en condiciones de poca luz, elige prendas con elementos reflectantes. Los culotes con almohadillas ofrecen amortiguación esencial, mientras que la versatilidad y adaptabilidad son clave para prendas ajustables a diversas condiciones climáticas. Los bolsillos traseros en camisetas son útiles para llevar alimentos y herramientas, y la durabilidad con costuras resistentes es esencial. Para protección adicional en ciclismo de montaña, busca prendas con refuerzos en áreas clave. Finalmente, considera tu estilo personal al seleccionar colores y diseños que te hagan sentir bien mientras montas en bicicleta. Estas consideraciones te permitirán elegir la ropa de ciclismo adecuada para tu estilo, condiciones climáticas y preferencias personales.

¿Cuándo es conveniente usar ropa reflectiva en el ciclismo?

La ropa reflectiva es esencial para mejorar la visibilidad y la seguridad del ciclista, especialmente en situaciones de poca luz o en condiciones de oscuridad, como salidas nocturnas, momentos de amanecer o atardecer con luz tenue, condiciones climáticas adversas como niebla o lluvia, y en áreas urbanas o carreteras transitadas con mucho tráfico. El uso de prendas reflectantes, como chalecos, bandas o detalles reflectantes en maillots y pantalones, contribuye significativamente a que otros usuarios de la carretera te vean con mayor claridad, reduciendo así el riesgo de accidentes. Esta medida de seguridad se vuelve crucial para los ciclistas, especialmente en condiciones de visibilidad limitada.

¿Cuál es la garantía de los productos?

La garantía cubre tres meses por defectos en costuras, cremalleras, color de la prenda, no se responde por mal uso de la prenda.

La garantía los demás productos primer mes luego de su uso.

¿Qué importancia tiene la transpirabilidad en la ropa de ciclismo?

La transpirabilidad en la ropa de ciclismo es clave por varias razones: controla la humedad al absorber y transportar el sudor, mejora la comodidad al evitar sensaciones pegajosas, regula la temperatura corporal permitiendo la evaporación del sudor y contribuye al rendimiento al mantener el cuerpo fresco y seco. En resumen, es esencial para una experiencia cómoda, eficiente y agradable en la bicicleta.

¿Es mejor las mangas cortas o largas en los jersey?

La elección entre mangas cortas o largas en los jerseys de ciclismo depende de factores como el clima, preferencias personales y el propósito del viaje. En climas cálidos, las mangas cortas ofrecen mejor ventilación, mientras que en climas fríos, las mangas largas brindan mayor cobertura y protección. Las mangas largas también proporcionan una capa adicional de protección solar en exposiciones prolongadas. Algunas camisetas son adaptables, con mangas desmontables que permiten ajustarse a las condiciones cambiantes. Las preferencias individuales, como la sensación de libertad de movimiento o la necesidad de protección adicional, juegan un papel en la elección. En resumen, la decisión depende de factores individuales y condiciones específicas, siendo la versatilidad de mangas desmontables una opción excelente para adaptarse a diferentes situaciones climáticas durante el viaje en bicicleta.

¿Qué medidas debo tomar para ser más visible a los conductores mientras estamos en la vía?

Aumentar tu visibilidad al andar en bicicleta es crucial para tu seguridad en la vía. Toma medidas como usar ropa de colores brillantes, incorporar elementos reflectantes, instalar luces en la bicicleta y utilizar un chaleco reflectante. Además, adopta una posición visible, utiliza señales de giro si es necesario, establece contacto visual con los conductores y mantén una conducción predecible. Cuantas más precauciones tomes para ser visible, mejor será tu seguridad en la vía mientras andas en bicicleta.



The screenshot shows the Smart Cross website. At the top, there's a navigation bar with 'SMARTCROSS' and 'PRODUCTOS' (with sub-items: CASACA, GUANTES, CASCO, ALFILER). The main header features a cyclist on a road bike with the 'SMARTCROSS' logo overlaid. Below this, there are six circular icons representing different products: 'GUANTES Y CASCO', 'GUANTES REFLECTIVOS', 'CASACA Y CHALECO REFLECTIVOS', 'REFLECTIVOS MÓVILES', 'CHALECO REFLECTIVO', and 'GUANTES Y CASCO'. Below these icons is a section titled 'NUESTROS VALORES' (OUR VALUES) with three columns: 'SEGURIDAD' (Safety), 'PROTECCIÓN' (Protection), and 'INNOVACIÓN' (Innovation). Each column contains a brief description of the company's commitment to that value.

"El lugar donde se dejarán estas preguntas será la página web de Smart Cross."
<https://smartcross.com.co/>



BIENVENIDA A

#ENRUEDATE CONSMARTCROSS

Bienvenid@ a EnRuedate ya eres parte del equipo, prepárate para vivir muchas aventuras sobre dos ruedas, aquí encontraras una comunidad vibrante apasionada por el ciclismo dispuesta a enfrentar nuevos desafíos

ACERCA DE NOSOTROS:

Somos SmartCross una empresa comprometida con tu seguridad en la vía, ofrecemos los mejores productos garantizando calidad, innovación y seguridad

INSTRUCCIONES CLARAS SOBRE CÓMO CONVERTIRSE EN MIEMBRO

Al ser parte de nuestro club seras parte de una increíble comunidad donde compartiremos con tigo las últimas noticias, te invitaremos a eventos exclusivos para salir a rodar, y podras acumular puntos y medallas que podras canjear por descuentos en nuestros productos



Inscríbete y haz parte de esta maravillosa comunidad

ENLACE PARA REGISTRO

CALENDARIO DE EVENTOS FUTUROS Y SALIDAS PROGRAMADAS.

ENLACE PARA REGISTRO

CALENDARIO DE EVENTOS FUTUROS Y SALIDAS PROGRAMADAS.

FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN

LOPREP IPSUM

LOPREP IPSUM

LOPREP IPSUM

LOPREP IPSUM

LOPREP IPSUM

LOPREP IPSUM

ENVIAR

Autorizo el uso de mis datos



El programa de fidelización **Enruedate** sera un club para nuestros clientes, ellos tendrán acceso a **eventos exclusivos** donde tendrán acompañamiento de seguridad y registro fotográfico , y aran parte de un programa de fidelización por medio de un **sistema de puntos** por asistencia a los eventos y **programa de referidos**. recibirán un news-letter con noticias del sector y los eventos



SMARTCROSS

BIENVENIDO A LA FAMILIA

#ENRUEDATE
CONSMARTCROSS

¡HOLA LUISA LOPEZ BELLO!

Es un placer darte la más cálida bienvenida a "EnRuedate con SmartCross". Estamos emocionados de tenerte en nuestra comunidad de apasionados ciclistas y estamos seguros de que tu presencia hará que nuestra familia sea aún más vibrante. En "EnRuedate con SmartCross", no solo compartimos la pasión por el ciclismo, sino que también celebramos la diversidad de estilos y niveles. Ya seas un ciclista experimentado o estés dando tus primeras pedaladas, aquí encontrarás un espacio donde cada giro de rueda cuenta. Te invitamos a explorar todas las emocionantes oportunidades que ofrecemos, desde descuentos exclusivos en marcas de ciclismo hasta salidas épicas en grupo y eventos especiales que te conectarán con otros entusiastas de las dos ruedas. Además, mantente atento(a) a nuestras actualizaciones semanales y eventos especiales que harán que tu experiencia con EnRuedate sea aún más memorable. Si alguna vez tienes preguntas, ideas o simplemente quieres compartir tus experiencias ciclistas, no dudes en ponerte en contacto con nosotros. Estamos aquí para hacer de tu viaje con EnRuedate algo excepcional.

¡BIENVENÍDO(A) A LA FAMILIA ENRUEDATE CON SMARTCROSS, DONDE CADA PEDALEADA ES UNA NUEVA AVENTURA!

¿LISTOS PARA EXPLORAR NUEVOS CAMINOS Y FORTALECER LOS LAZOS DE NUESTRA INCREÍBLE COMUNIDAD? CONFIRMA TU PARTICIPACIÓN Y ÚNETE A
#ENRUEDATECONSMARTCROSS



INNOVACIÓN

CONTEXTO

Smart Cross nace de una apasionada por el ciclismo que como usuaria identificó una necesidad de seguridad con los productos que utilizaba y de allí nace la marca, para proporcionar seguridad y dar solución a todas las necesidades de los usuarios en la vía con artículos multifuncionales, diseñando productos con los más altos estándares de calidad que ofrecen mayores beneficios.

La marca busca promover la seguridad de todos con ropa y accesorios de uso diario para reducir accidentes en la vía.

Eslogan

"La alegría de rodar seguros con SmartCross"



MISIÓN

Crear y distribuir productos innovadores al por mayor y al detal, para ofrecer un kit de seguridad que proporcione protección completa a ciclistas, patinadores, usuarios de movilidad eléctrica y motociclistas, creados con altos estándares de calidad y tecnología.

VISIÓN

En 2028, ser la marca elegida por los deportistas y usuarios de movilidad sostenible, principalmente en Colombia, y entrar al mercado de EE. UU. y potencialmente al mercado Europeo, como referente en seguridad, tecnología e innovación, comprometidos con el bienestar de los usuarios.

VALORES DE LA MARCA

SEGURIDAD

Persona por medio de tecnología en artículos de uso diario, proporcionando visibilidad en la vía.

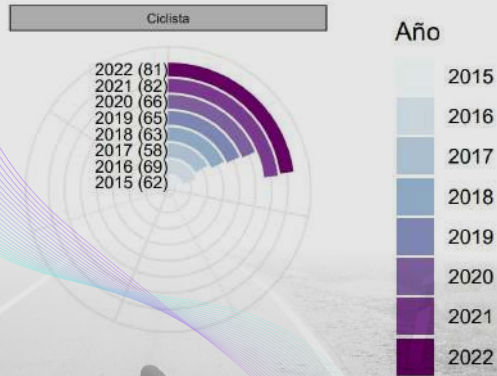
PROTECCIÓN

Ante choques y agentes externos como:
Otros usuarios de movilidad: viento, calor, frío, lluvia y sol.

INNOVACIÓN

Con integración de tecnología, diseño multifuncional y personalización de todos nuestros productos.

TASA DE ACCIDENTALIDAD



APRENDIZAJE DE LA INVESTIGACIÓN

Colombia



Aumento de accidentes

En 2022, frente al promedio de 2015 a 2019 en ciclistas.



Fatalidades de ciclistas

Ocurrieron en siniestros con vehículos pesados (transporte público y transporte de carga).

4 días

11 horas

1 ciclista fallece

Cada 3 horas 47 minutos

Se reportan 6 usuarios de bicicleta heridos por siniestros viales.

Fortalezas

- ° Smart Cross cuenta con tecnologías en la producción de telas del proveedor Lafayette para realizar prendas cómodas y personalizadas.
- ° Productos diseñados para cuidar a los usuarios en la vía en caso de accidente por medio del uso de reflectivos en nuestras prendas. En los guantes tenemos una tecnología única de antichoque y protección al impacto.

Oportunidades

- ° Smart Cross parte de la industria de ropa y accesorios deportivos que integran tecnología.
- ° Cubrimos el cuerpo completo con un catálogo de: casco, buff, jersey, culotte, manguitos, perneras, medias, guantes, chaquetas y morrales.

Debilidades

- ° La alta demanda por la competencia, no se cuenta con las suficientes tiendas físicas.
- ° Los marketplaces online pueden ofrecer precios más bajos debido a sus menores costos operativos.
- ° Existen varias tiendas especializadas en nichos específicos como ciclismo de montaña o ruta.
- ° Falta de reconocimiento de marca en el mercado colombiano.

BENCHMARK

GO RIGO GO!



PROVIZ



Estrategias de comunicación

- La marca ha venido en constante crecimiento debido al protagonismo de Rigoberto Urán, haciendo que su marca sea más visible en distintos medios.

- Esta empresa se encarga de estar actualizada a la vanguardia de la moda y a las tendencias actuales que demandan los usuarios, resultado de una variación que los afecta.

- Participa en eventos y conferencias para aumentar la visibilidad de la empresa.
- Tiene interacción con los seguidores mediante comentarios, preguntas y encuestas.

- Se apalanca en la organización de eventos para los clientes potenciales en donde genera cercanía y credibilidad.

Engagement en redes sociales

- Tiene una estrategia de engagement en redes sociales de 0,25%, con una presencia activa en las plataformas más relevantes y un contenido adaptado a cada una de ellas.

- El nivel en las redes sociales es medio (0,13%). Lo que indica que las publicaciones con contenido visual, como imágenes y videos, no suelen tener el éxito deseado. El número de likes, comentarios y shares varía según la plataforma y el contenido.

- Cuenta con presencia en las principales redes sociales, Facebook, Instagram, Twitter y YouTube. La frecuencia de publicaciones es de 0,25% dado que genera Blogs por categorías y contenido de interés con información reciente.

- Por medio de sus redes sociales activas, como Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, YouTube, se encargan de la promoción de eventos y patrocinios para sus clientes potenciales lo que les genera una frecuencia de 1,9%.

Analisis de la web

- Se encarga de abarcar una variedad de información y propósitos de este gremio, desde la transmisión de mensajes de marketing hasta la interacción con clientes y la gestión de servicios.
- Cuenta con un Authority Score de 32.

- Desarrolla información de interés para sus clientes potenciales en la página WEB. Sin embargo, ofrece productos sustitutos. Por esta razón, se genera un resultado de un Authority Score de 12.

- Genera información comercial para sus clientes, además de categorías personalizadas e información reciente con un resultado de satisfacción con Authority Score de 9. El mismo deseo de empoderar a los clientes con estos productos y marcar una diferencia positiva en la vida de las personas es tan importante ahora como lo fue al principio.

- Tiene información relevante en su Sitio web, redes sociales, boletines, sin embargo no se actualiza generando una insatisfacción al cliente.
- Su Authority Score es 7.

RECOMENDACIONES

- Smart Cross debe basarse en crear un contenido atractivo y relevante para la audiencia objetivo.
- Expandir la oferta de productos: Ofrecer una mayor variedad de productos en diferentes categorías, también implementar estrategias de precios de acuerdo a los competidores.
- Desarrollar productos inteligentes: Incorporar tecnología en los productos para ofrecer una experiencia más personalizada y eficiente.
- En cuanto a la publicidad digital: Tener un buen posicionamiento en los buscadores, es hacer más fácil a los clientes potenciales para que nos encuentren.
- Incluir la manilla en el outfit de nuestros clientes, haciendo parte del proceso de fidelización.
- Añadir la creación de campañas publicitarias más efectivas, el desarrollo de una presencia más sólida en línea y la participación en eventos y patrocinios que lleguen al público objetivo.
- Identificar oportunidades para colaborar con otras empresas o instituciones que puedan complementar las fortalezas y ayudar a impulsar la innovación.
- Buscar constantemente formas de mejorar y diversificar la línea de los diferentes productos, esto puede incluir características innovadoras, como tecnología inteligente integrada, sistemas de seguridad avanzados o diseños sostenibles.
- Explorar oportunidades de colaboración con otras marcas, empresas o instituciones que puedan complementar los productos.

JUSTIFICACIÓN

¿Por qué desplegaremos un plan de innovación?

En el actual panorama, donde cada vez más personas eligen la bicicleta como su principal medio de transporte, nos enfrentamos a una creciente preocupación: la alarmante tasa de accidentes en las vías. Reconociendo la necesidad imperante de abordar esta problemática, desde Smart Cross nos proponemos implementar un plan de innovación.

Nuestra visión es utilizar la tecnología como una herramienta fundamental para reducir de manera significativa los índices de accidentalidad y salvaguardar la vida de los ciclistas en las vías. Este plan no solo busca brindar productos de alta calidad, sino también integrar soluciones tecnológicas innovadoras que puedan mitigar los riesgos asociados al uso de la bicicleta como medio de transporte.



DEFINICIÓN DEL ALCANCE INICIAL

¿En qué vamos a innovar?

Será una innovación en producto mediante la creación de una manilla que incorporará un sensor de proximidad. Esta alertará al ciclista ante la presencia cercana de vehículos, peatones u objetos que puedan provocar un accidente, emitiendo vibraciones como señal de advertencia. En caso de que el accidente ocurra, la manilla contendrá datos esenciales como nombre, grupo sanguíneo y número de contacto.

Además, monitorizará el pulso cardíaco y podrá enviar un mensaje de alerta a una ambulancia y a un contacto de emergencia. Con funcionalidad de geolocalización, aseguraremos asistencia incluso si el ciclista está solo e inconsciente.



OBJETIVO DEL PLAN DE INNOVACIÓN

“

Posicionar a SmartCross como líder en protección, innovación y seguridad para los ciclistas, reduciendo mediante una estrategia de innovación en producto que ayude a disminuir los accidentes de los ciclistas en la vía.

”

PERFILES DE CLIENTE

GRUPO DE USUARIO	PÚBLICO	NECESIDADES	FUNCIONALIDAD	VALORES
 Ciclistas profesionales	Elige productos deportivos de una manera meticulosa, atención al detalle, inclinación a los accesorios tecnológicos, seguros y especializados.	Los ciclistas necesitan accesorios seguros porque estos desempeñan un papel crítico en la protección personal, la visibilidad en la carretera y la comodidad durante la práctica de este deporte.	El ciclista busca accesorios que optimicen su rendimiento, mejoren su comodidad, se adapten a diferentes situaciones del ambiente, que permitan estar protegidos y seguros.	<ul style="list-style-type: none">• Seguridad• Calidad• Durabilidad• Resistencia• Estilo y diseño
 Ciclistas urbanos	Personas que viven en la ciudad de diferentes edades, géneros y niveles socioeconómicos.	Equipamiento de seguridad: uso de casco, guantes y otros elementos de protección. Iluminación y visibilidad, contar con luces delanteras y traseras en la bicicleta, así como ropa o accesorios reflectantes, para ser más visibles en condiciones de poca luz.	<ul style="list-style-type: none">• Mayor visibilidad.• Reducción del riesgo de lesiones graves en caso de caídas o accidentes.• Prevención de lesiones en cualquier tipo de caída.	<ul style="list-style-type: none">• Innovación y tecnología• Estilo• Comodidad• Seguridad
 Usuarios bici, scooter y patines	Los usuarios de patinetas y patines comprenden la naturaleza de las actividades que realizan y valoran la seguridad como una prioridad. Buscan activamente productos diseñados específicamente para proteger en situaciones de caídas o accidentes.	La necesidad fundamental es la protección personal. Estos usuarios reconocen los riesgos asociados con el patinaje y buscan activamente productos que brinden una capa adicional de seguridad y visibilidad para reducir el riesgo de lesiones en caso de caídas o accidentes.	Buscan productos versátiles, ligeros y seguros que se adapten a diversas condiciones ambientales y estilos, y principalmente que brinden seguridad y alerten a los demás en la vía.	<ul style="list-style-type: none">• Peso ligero y movilidad• Facilidad de uso• Estilo versátil• Seguridad y protección• Visibilidad

PERFILES DE CLIENTE

GRUPO DE USUARIO	PÚBLICO	NECESIDADES	FUNCIONALIDAD	VALORES
 Motociclistas	Personas que hacen uso de la moto como medio de transporte o por deporte.	Protección Visibilidad Seguridad en la infraestructura Vial Evitar distracciones Reglamentación vial	Estatus Seguridad en la vía. Minimizar la ocurrencia de caída. Uso correcto de los elementos de protección.	<ul style="list-style-type: none">• Calidad• Innovación y tecnología• Durabilidad• Visibilidad...
 Tiendas especializadas	Busca ofrecer una amplia gama de artículos que satisfagan las necesidades específicas de los ciclistas conscientes de la seguridad.	Satisfacer las expectativas de sus clientes. Operar eficientemente. Variedad de productos de seguridad. Mejora continua. Actualización en el inventario y productos.	Proporciona protección adecuada para el ciclista durante un accidente.	<ul style="list-style-type: none">• Precio Competitivo.• Compromiso con la comunidad.• Innovación y tendencias actuales• Variedad y calidad de los productos.
 Clubes oficiales	Entusiastas del ciclismo que comparten una pasión común por este deporte.	Proteger a sus afiliados Ofrecer productos calidad Garantizar la permanencia Excelencia en los servicios Cuidado y amor por la vida	Ser apoyo para mejorar la experiencia del ciclista y promover una comunidad activa y comprometida.	<ul style="list-style-type: none">• Compromiso con la seguridad.• Eficiencia.• Comunicación colectiva• Bienestar• Inclusión.

VISIÓN DE PRODUCTO O SERVICIO

- En Smart Cross queremos ofrecer un producto innovador y competente a la vanguardia de la tecnología a fin de garantizar a los usuarios una experiencia única en el camino.

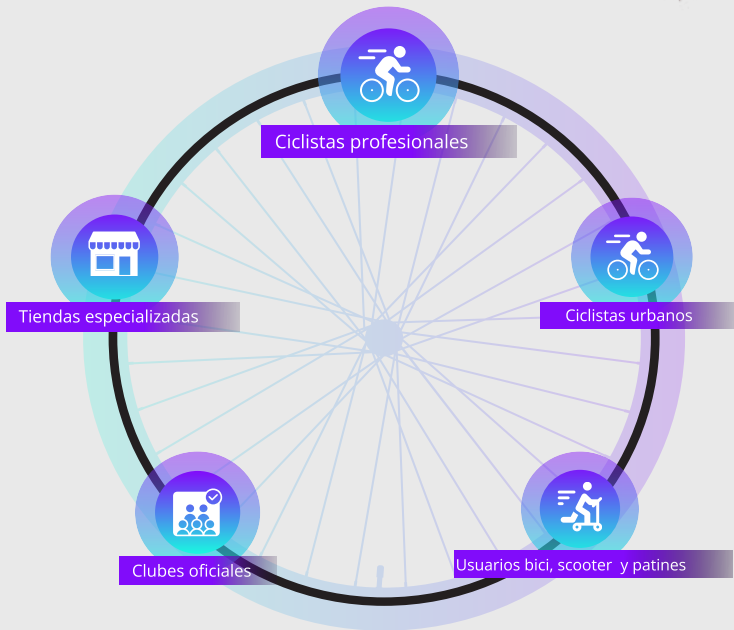
La manilla proporcionará una mayor seguridad a quien la utilice, ya que su tecnología permitirá que el usuario se sienta protegido en caso de una lesión o caída, combinando funcionalidades inteligentes con un diseño elegante y ergonómico.

- Manilla (seguridad a tus manos)
No solo es un accesorio estilizado, sino también una herramienta de protección, comunicación y seguridad. Esta manilla brinda información necesaria para una atención más rápida y efectiva. Siendo un asistente integral que se adapta a las necesidades, generando reducción a las caídas y bienestar a los usuarios.

CARACTERIZACIÓN DEL PÚBLICO

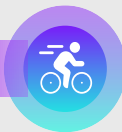
La caracterización del público se origina a partir de la imperante necesidad de los ciclistas de salvaguardar su seguridad y visibilidad en diversas situaciones que amenazan sus vidas. Nuestro producto de innovación se dirige específicamente a estos usuarios, ofreciéndoles soluciones que mejoren su experiencia y bienestar al circular en bicicleta.

Además de enfocarnos en los ciclistas individuales, hemos establecido alianzas estratégicas con tiendas especializadas y clubes de ciclismo. Esta expansión de colaboraciones no solo amplía nuestro alcance a un público más diverso, sino que también fortalece nuestra presencia en la comunidad ciclista, brindando oportunidades para una adopción más amplia y efectiva de nuestra innovación.



MAPA DE EMPATÍA

Ciclistas profesionales



¿Qué piensa? Preocupaciones

- Rendimiento y resultados en competencias y entrenamientos.
- Seguridad durante las prácticas y carreras.
- Equipamiento adecuado para maximizar el rendimiento y minimizar el riesgo de lesiones.
- Condiciones climáticas y su impacto en el rendimiento y la seguridad.

Miedos

- Lesiones en cualquier parte de su cuerpo
- Accidentes en carreteras
- Presión sobre su rendimiento

Éxito

- Victoria en grandes ligas
- Campeonatos nacionales
- Participación en juegos olímpicos
- Legado
- Reconocimiento en premios
- Medallas

¿Qué escucha? Influencias

- Consejos y experiencias compartidas por otros ciclistas profesionales y entrenadores.
- Noticias y actualizaciones sobre nuevas tecnologías y avances en el mundo del ciclismo.
- Opiniones de expertos en equipos y accesorios de ciclismo.
- Recomendaciones de marcas y productos por parte de compañeros de equipo y colegas.
- Nutricionistas y fisioterapeutas.

¿Qué ve? Ambiente

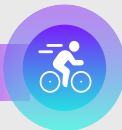
- Eventos deportivos donde se destacan los ciclistas profesionales.
- Desarrollo y evolución de tecnologías y materiales en bicicletas y accesorios de ciclismo.
- Tiendas especializadas y ferias comerciales donde se exhiben los últimos equipos y tecnologías para ciclistas.
- Impacto de la tecnología en el ciclismo profesional, como el uso de dispositivos de seguimiento y análisis de datos.
- Buena estrategia para combinar la pasión y bienestar, pueden tener familia o ser solteros, buscan una comunidad para salir a rodar, disfrutan del aire libre.

¿Qué ve? Ambiente

- Seleccionan cuidadosamente el equipamiento y las bicicletas basándose en su calidad, peso, aerodinámica y comodidad.
- Participan en entrenamientos específicos y sigue planes de nutrición y recuperación para optimizar su rendimiento.
- Se mantienen al tanto de las últimas tendencias y desarrollos en el mundo del ciclismo.
- Promueven marcas y productos en las redes sociales y durante entrevistas, destacando su experiencia y satisfacción con los mismos.

MAPA DE EMPATÍA

Ciclistas urbanos



¿Qué piensa? Preocupaciones

- Seguridad en el tráfico urbano, incluyendo accidentes y colisiones con vehículos motorizados.
- Comodidad y conveniencia durante los desplazamientos en bicicleta.
- Disponibilidad de rutas seguras y adecuadas para bicicletas.
- Impacto ambiental y sostenibilidad de sus decisiones de movilidad.

Miedos

- Robo de bicicletas
- Interacción con peatones
- Acoso y/o agresión
- Condiciones climáticas
- Falta de respeto en normas de tránsito

Éxito

- Eficiencia en el transporte
- Salud y bienestar propio
- Ahorro económico
- Independencia de horarios

¿Qué escucha? Influencias

- Experiencias compartidas por otros ciclistas urbanos sobre rutas seguras, problemas en la infraestructura vial y encuentros con conductores agresivos.
- Recomendaciones de amigos, familiares y colegas sobre equipos y accesorios útiles para ciclistas urbanos.
- Noticias y actualizaciones sobre políticas gubernamentales relacionadas con el ciclismo urbano y la infraestructura vial.
- Opiniones de expertos en movilidad urbana y seguridad vial.

¿Qué ve? Ambiente

- Calles y carriles designados para bicicletas en áreas urbanas.
- Aumento en el número de personas que eligen la bicicleta como medio de transporte en la ciudad.
- Tiendas especializadas y eventos relacionados con el ciclismo urbano, como ferias de bicicletas y grupos de ciclistas urbanos.
- Uso creciente de bicicletas compartidas y sistemas de alquiler en la ciudad.

¿Qué ve? Ambiente

- Utiliza cascos, luces y otros equipos de seguridad para protegerse mientras pedalea por la ciudad.
- Planifica rutas que minimicen el tiempo de viaje y maximicen la seguridad, evitando calles con mucho tráfico o condiciones peligrosas.
- Aboga por mejores infraestructuras y políticas de movilidad urbana que promuevan el uso de la bicicleta como medio de transporte sostenible.
- Participa en eventos comunitarios y actividades relacionadas con el ciclismo urbano para promover la cultura ciclista en la ciudad.

Usuarios bici, scooter y patines



¿Qué piensa? Preocupaciones

- Expresan preocupación por su propia seguridad y la de los demás, especialmente en las calles congestionadas o con infraestructura deficiente..
- Algunos usuarios consideran que los SCOOTER pueden ser un obstáculo para los peatones, especialmente en zonas concurridas o con aceras estrechas.

Miedos

- Inexperiencia de otros usuarios
- Normatividad de tráfico
- Prejuicios
- Falla mecánico
- Robo de motocicleta

Éxito

- Habilidad y destreza
- Exploración y aventura
- Participación en eventos y competiciones
- Agilidad en el tráfico
- Personalización de la moto

¿Qué escucha? Influencias

- Los usuarios pueden usarlas para mostrar su personalidad , interés o creencias.
- Pueden ayudar a crear un sentido de comunidad entre los mismos usuarios.
- Pueden ayudar a que los conductores y peatones sean más conscientes de su presencia.
- Los usuarios que no están concentrados pueden no estar prestando atención a su entorno, lo que puede aumentar el riesgo de accidentes.

¿Qué ve? Ambiente

- Tienen a ser conscientes del medio ambiente, ya que suelen utilizar motores eléctricos o motores de combustión interna de bajo consumo.
- Su diseño y funcionalidad reflejan consideraciones cuidadosas sobre la eficiencia, la comodidad, la economía y la sostenibilidad.

¿Qué ve? Ambiente

- Es importante el uso de casco, ropa protectora y el uso de las normas de tránsito.
- Es importante tener cuidado al conducir en superficies mojadas o resbaladizas.
- Los usuarios de scooters deben estar atentos a otros usuarios de la vía, incluyendo peatones, ciclistas, automóviles y autobuses..
- Pueden permitir a los usuarios sentirse más conectados con su entorno y su comunidad.

MAPA DE EMPATÍA

Clubes oficiales



¿Qué piensa? Preocupaciones

- Mantener y aumentar la membresía del club.
- Ofrecer actividades y eventos atractivos que satisfagan las necesidades e intereses de los miembros.
- Mantener una reputación positiva y una imagen sólida del club en la comunidad.
- Asegurar la viabilidad financiera y la sostenibilidad a largo plazo del club.

Miedos

- Reducir la membresía del club
- Pérdida de personal
- No tener utilidad
- No tener éxito en su vida profesional

Éxito

- Bienestar personal y familiar
- Ser el mejor club
- Tener utilidad
- Generar espacios de distracción
- Superar desafíos

¿Qué escucha? Influencias

- Opiniones y sugerencias de los miembros actuales sobre actividades y eventos que les gustaría ver en el club.
- Comentarios de la comunidad sobre la reputación y el impacto del club en la comunidad local.
- Experiencias compartidas por otros clubes similares sobre estrategias exitosas para aumentar la membresía y comprometer a los miembros.
- Consejos y orientaciones de expertos en gestión de clubes y organización de eventos.

¿Qué ve? Ambiente

- Instalaciones y espacios de reunión del club, como campos deportivos, salas de reuniones y centros comunitarios.
- Participación y entusiasmo de los miembros en eventos y actividades organizadas por el club.
- Competencia y colaboración con otros clubes en la comunidad para atraer y retener miembros.
- Cambios en las tendencias de participación en actividades recreativas y deportivas en la comunidad.

¿Qué ve? Ambiente

- Comunica con los miembros a través de boletines, correos electrónicos y redes sociales para mantenerlos informados sobre eventos y noticias del club.
- Organiza actividades y eventos que se alineen con los intereses y preferencias de los miembros.
- Promueve la cultura de pertenencia, destacando los beneficios de ser parte del club.
- Busca formas de mejorar la experiencia de los miembros y abordar sus preocupaciones y necesidades de manera efectiva.

MAPA DE EMPATÍA

Tiendas especializadas



¿Qué piensa? Preocupaciones

- Seguridad personal mientras realiza actividades al aire libre.
- Posibles accidentes o lesiones mientras se desplaza en bicicleta, patineta, patineta eléctrica o motocicleta.
- La calidad y eficacia de los equipos de protección disponibles en el mercado.
- La comodidad y la facilidad de uso de los productos de seguridad.

Miedos

- Que no encuentren lo que buscan.
- Lesiones al tener un accidente.
- Evitar tiendas con personal poco amigable.
- Que pierdan el interés en el ciclismo.
- Sentirse inseguros al andar en bicicleta.
- No mejorar su desempeño o habilidades.

Éxito

- Reconocimiento por marca en seguridad y calidad.
- Alcanzar sus metas de salud y rendimiento.
- Superar desafíos personales relacionados con el ciclismo.
- Ahorrar tiempo y dinero al encontrar productos adecuados.

¿Qué escucha? Influencias

- Recomendaciones de amigos, familiares y colegas sobre productos de seguridad confiables.
- Noticias y reportajes sobre accidentes de tráfico involucrando a ciclistas, patinadores, usuarios de movilidad eléctrica y motociclistas.
- Opiniones y reseñas en línea sobre diferentes marcas y modelos de equipos de protección.
- Consejos y guías de expertos en seguridad vial y deportes al aire libre.

¿Qué ve? Ambiente

- Un entorno urbano con un aumento en el uso de bicicletas, patinetas y otros medios de transporte alternativos.
- Tiendas especializadas en deportes y movilidad que ofrecen una variedad de equipos de protección.
- Campañas de concientización sobre seguridad vial dirigidas a ciclistas, patinadores y motociclistas.
- Aparición de tecnologías innovadoras en el diseño de equipos de seguridad, como materiales avanzados y sistemas de protección integrados.

¿Qué ve? Ambiente

- Investiga y compara diferentes opciones de equipos de protección antes de realizar una compra.
- Busca productos que ofrezcan características de seguridad avanzadas, como resistencia a impactos, visibilidad nocturna y ventilación adecuada.
- Está dispuesto a invertir en equipos de alta calidad que brinden una protección completa y duradera.

TENSIONES, DOLORES Y OPORTUNIDADES ESTRATÉGICAS - GLOBAL

Dolor 1
Necesidad de sentirse protegido en caso de caídas.

Dolor 2
Visibilidad para ser vistos por conductores y peatones.

Oportunidad Estratégica 1
Creación de campañas de reconocimiento hablando de calidad del producto, mostrando especificaciones de las prendas, calidad y beneficio, también generar un espacio donde los clientes cuenten sus experiencias con los productos.

Tensión 1
Que la marca no se preocupe por el bienestar.

Oportunidad Estratégica 2
Alianzas estratégicas con clubes y escuelas de ciclismo para dar patrocinio en eventos y nuestra marca estará en toda la publicidad del evento.

Oportunidad Estratégica 3
Aumentar la presencia en plataformas de anuncios en redes sociales.

Tensión 2
Que los productos no se adapten al ambiente y a la necesidad - durabilidad y resistencia.

Oportunidad Estratégica 4
Programar estrategias de fidelización con clientes que proporcione opciones de financiamiento exclusivas para los miembros del programa, permitiéndoles adquirir equipos de alta gama con pagos mensuales más accesibles.

Oportunidad Estratégica 5
Generar eventos con la alcaldía de Bogotá para participar en eventos de ciclovía nocturna, que promuevan el bienestar físico.

INNOVACIÓN EN PRODUCTO

PROBLEMA

TASA DE ACCIDENTALIDAD

EN 2021
MURIERON

471

Ciclistas en medio de accidentes viales en Colombia

Seguridad Vial: Los ciclistas a menudo se sienten vulnerables en la carretera, ya que comparten el espacio con vehículos más grandes. La falta de infraestructura adecuada, como carriles para bicicletas segregados o señalización inadecuada, puede aumentar el riesgo de accidentes y colisiones

Smart Ride es un producto innovador diseñado para elevar la seguridad y la experiencia de los ciclistas en las carreteras. Este dispositivo inteligente incorpora un Sistema de Radar avanzado que actúa como un escudo protector para los ciclistas, reduciendo significativamente las cifras de accidentalidad.

CARACTERÍSTICAS

1. Sistema de Radar de Alerta:

Detecta factores externos como vehículos, peatones u otros obstáculos potenciales en la trayectoria del ciclista.

2. Monitoreo de Actividad Física y Cardíaca:

Incorpora sensores para monitorear la actividad física, brindando información sobre la distancia recorrida, la velocidad, y las calorías quemadas, entre otros datos relevantes.

3. Sistema de Emergencia Integrado:

Detecta automáticamente situaciones críticas y, si es necesario, activa una alerta para notificar a los servicios de emergencia y a contactos predefinidos.

4. Diseño Ergonómico y Duradero:

Su batería de larga duración garantiza un uso prolongado sin interrupciones, incluso en rutas más extensas.

ALCANCE





Disminución de accidentes

Con su Sistema de Emergencia Integrado, se espera acelerar el tiempo de respuesta en casos de accidentes, contribuyendo a una experiencia ciclista más segura y satisfactoria. La efectividad final dependerá de la adopción generalizada y la calidad de la implementación en distintos entornos viales.



CUSTOMER JOURNEY

	TOFU	MOFU	BOFU								
Acciones ¿Qué hace en esta etapa el cliente?	<ul style="list-style-type: none"> Buscan en motores de búsqueda o redes sociales información sobre equipos de seguridad para ciclismo. Exploran blogs y revistas para obtener recomendaciones y opiniones de otros ciclistas sobre productos específicos. Preguntan a otros miembros de la comunidad acerca de sus experiencias y recomendaciones de productos. Consumen contenido educativo, como videos y artículos, patrocinados por expertos en seguridad ciclista para comprender mejor las opciones disponibles. 	<ul style="list-style-type: none"> Comparan características y especificaciones de diferentes productos de seguridad ciclista para tomar decisiones informadas. Exploran tiendas especializadas de ciclismo para obtener asesoramiento directo de expertos sobre equipos de seguridad. Lee reseñas detalladas y comparativas entre marcas y modelos específicos. 	<ul style="list-style-type: none"> Selecciona el producto de seguridad específico que mejor se adapte a sus necesidades después de la investigación y comparación. Comparte su experiencia de compra y productos seleccionados en redes sociales para obtener reconocimiento y participar en promociones. Deja reseñas en sitios web de comercio electrónico para respaldar la calidad y eficacia del producto. Realiza la compra en línea a través de plataformas e-commerce o visita la tienda física para adquirir el producto. 								
Touchpoints ¿En qué medios/canales realiza estas acciones? ¿Por dónde podemos interactuar con él?	Redes Sociales Facebook Instagram Tiktok X	Blogs y Foros Especializados Motores de búsqueda	Tiendas en Línea Especializadas: Participación en eventos locales de ciclismo patrocinados por marcas o tiendas. reseñas y puntuaciones en plataformas especializadas	Plataformas de E-commerce: Market places social media Página web, carrito de compra Tiendas especializada							
Pensamiento ¿En qué está pensando el cliente en esta etapa?	Necesidad de mejorar mi seguridad al andar en bicicleta. ¿Qué opciones hay disponibles?	¿Qué están usando otros ciclistas para mantenerse seguros en la carretera? Quiero aprender más sobre los productos de seguridad para tomar una decisión informada.	¿Qué presupuesto tengo? ¿Es un producto de buena calidad? ¿Cuanto tiempo durará una oferta?	¿Mi pedido llegó a tiempo? Marca confiable en cuanto a sus productos. Satisfacción por sus compras.							
Sentimientos ¿Cómo se siente realizando estas acciones?											
Como marca, ¿Qué le puedo ofrecer al cliente en esta etapa?	Contenido con profesionales del ciclismo	Productos de calidad y tecnología.	Precios asequibles y servicio al cliente.	SEO, SEM Social media reseñas	Compromiso a ayudar a los clientes a buscar el producto.	Contenido relevante.	Descuentos especiales.	Garantías y devoluciones.	Que se sientan valorados y atendidos.	Disponibilidad de tiempo para responder preguntas.	Un número de contacto que puede obtener ayuda personalizada.

RECURSOS TECNOLÓGICOS

En cuanto a los recursos tecnológicos, se necesitarían herramientas de vanguardia que puedan facilitar el desarrollo y la implementación, como :

1. Software especializado
2. Equipos de última generación
3. Plataformas de colaboración en línea.

RECURSOS HUMANOS

Equipo multidisciplinario y diverso que pueda aportar en diferentes perspectivas y habilidades, así:

1. Expertos en el área de innovación,
2. Diseñadores
3. Desarrolladores
4. Especialistas en marketing

La colaboración y la creatividad son clave para el desarrollo de la manilla

RECURSOS TÉCNICOS

Personal especializado en el campo de la innovación, con la capacidad de adaptarse rápidamente a los cambios y desafíos que puedan surgir durante el proceso.

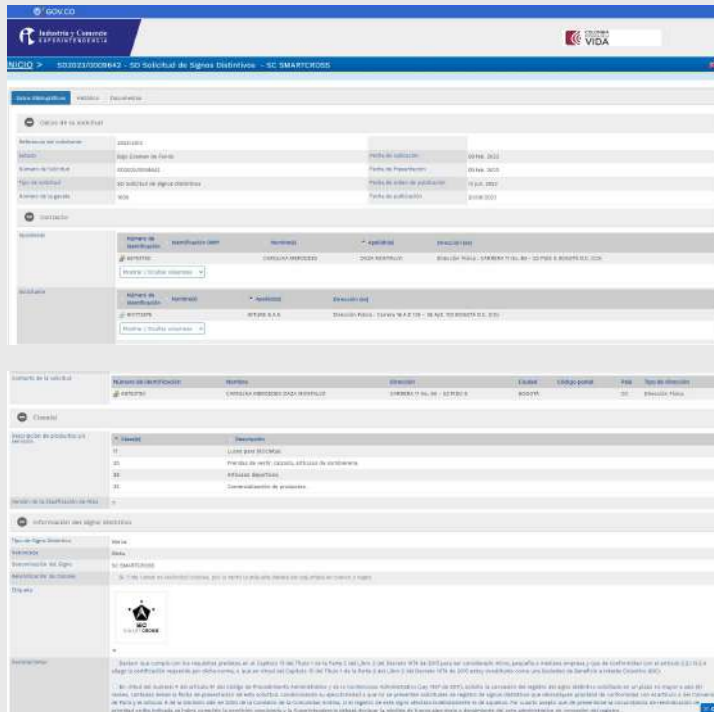
1. Técnicos en sistemas
2. Operadores en punto

E-COMMERCE

DOMINIOS

- smartcrossciclismo.com **\$ 0,01**
- smartcrossenruedate.com **\$ 0,01**
- smartcrossclying.com **\$ 0,01**

Consideramos que estos dominios serán de gran utilidad para posicionar a la empresa Smart Cross al relacionar la marca directamente con la categoría a la que pertenece, además consideramos incluir en el dominio de nuestra comunidad de fidelización llamada Enruedate.



The screenshot displays the 'SIC' (Sistema de Información de la Cámara de Comercio) interface. At the top, it shows the 'GOV.CO' logo and the 'Industria y Comercio Exterior' header. The main content area is titled 'SOLICITUD DE SIGNOS DISTINTIVOS - SIC SMARTCROSS'. It provides details for the trademark application, including the applicant's name (CAROLINA HERRERA CAJA BARRALES), the trademark name (SMARTCROSS), and the goods (LUZES PARA BICICLETA). The application was filed on 09 FEB 2023. Below this, there is a section for 'DETALLE DE IDENTIFICACION' with columns for 'NOMBRE', 'NOMBRE', 'DESCRIPCION', 'CATEGORIA', 'TIPO DE PRODUCTO', 'FECHA', and 'TIPO DE ELEMENTO'. The table lists three items: 'LUZES PARA BICICLETA', 'PRENDAS DE VESTIR', and 'ARTICULOS DE SOMBRERERIA'. The 'FECHA' column shows '09 FEB 2023' for all items. The 'TIPO DE ELEMENTO' column shows 'SIC' for all items. At the bottom, there is a section for 'Información del signo distintivo' which includes the trademark name 'SMARTCROSS', the type 'SIC', and the description 'LUZES PARA BICICLETA'. A logo for 'SMARTCROSS' is also visible.




La marca Smart Cross se encuentra registrada en la SIC el 09 feb. 2023 con el número de solicitud SD2023/0009642 y con la descripción: Luces para bicicletas, prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería, artículos deportivos y comercialización de productos.


COMPETIDORES E-COMMERCE

GO RIGO GO!

Pago


Todas las transacciones son seguras y están encryptadas.

Tarjeta Crédito o PSE - Wompi   



Luego de hacer clic en "Finalizar el pedido", serás redirigido a Tarjeta Crédito o PSE - Wompi para completar tu compra de forma segura.

Transferencia Bancaria

Paga a Crédito o Débito 

Fuente:
https://www.gorigogo.com/13107134528/checkouts/6a872a791eb65571b25d70156c8cb876?previous_step=shipping_method&step=payment_method

Safetti


Pago

Pendiente por información


Pago por Vale

WompiCo

Tarjeta de débito


Tarjeta de crédito 



Addi


Débito en la cuenta bancaria /
Transferencia electrónica 

Fuente:
<https://www.safetti.com/checkout/#/email>

PROVIZ


Credit Card 

VISA   And many more...

Card number 

Month Year

CVV 3 or 4 digits usually found on the signature strip

PayPal 

Fuente:
https://provizsports.com/74032251191/checkouts/2ec3710ef3f017a6305c43988dde4245?previous_step=shipping_method&step=payment_method

- **E-commerce:**

Marca destacada en el diseño urbano y la moda callejera. Su presencia en el comercio electrónico se centra en su sitio web oficial, donde presenta sus colecciones y permite a los clientes realizar compras en línea. **La plataforma que utilizan es Shopify.**

- **Fortalezas:**

Marketing Digital; Estrategias efectivas en redes sociales y colaboraciones con influencers, aumentando su visibilidad en línea y atraer a nuevos clientes.

Segmentación De Mercado: Enfoque en la moda callejera permitiendo diferenciarse en un mercado saturado y llegar a un público objetivo específico.

- **Pasarela de pago:**

Ofrece opciones de pago estándar, como tarjetas de crédito/débito **Wompi, Addi y transferencias bancarias, en su sitio web.** Sin embargo, podría beneficiarse de agregar más opciones de pago locales para adaptarse a las preferencias de los clientes en diferentes regiones.

- **E-commerce:**

Marca especializada en ropa y accesorios para ciclistas, ha expandido su presencia en línea a través de su tienda virtual. **La plataforma que utilizan es VTEX.**

- **Fortalezas:**

Personalización; Ofrece personalización en algunos productos, como uniformes para equipos de ciclismo, lo que agrega valor y atrae a clientes que buscan productos exclusivos.

Enfoque Especializado: Se enfoca en un nicho específico de mercado (ciclismo), lo que le permite posicionarse como una autoridad en la industria y satisfacer las necesidades únicas de sus clientes.

- **Pasarela de pago:**

Ofrece variedad de pago en su sitio web, incluyendo tarjetas de crédito/débito **Wompi, Addi, y transferencias bancarias.** Además, proporciona un proceso de pago seguro y transparente para garantizar la confianza del cliente al realizar transacciones en línea.

- **E-commerce:**

Marca enfocada en ropa y accesorios para deportes al aire libre, con especialidad en la seguridad y la visibilidad. Su presencia en el comercio electrónico se basa en su sitio web oficial, donde ofrece una amplia gama de productos para ciclistas, corredores y otros entusiastas del deporte. **La plataforma que utilizan es Shopify.**

- **Fortalezas:**

Seguridad Y Visibilidad; Innovación en el diseño de ropa y accesorios que mejoran la visibilidad y la seguridad de los usuarios, lo que atrae a un segmento específico de consumidores preocupados por su bienestar durante la práctica deportiva.

Diversidad De Productos; Ofrece variedad de productos, desde chalecos reflectantes hasta mochilas y accesorios, lo que permite a los clientes encontrar todo lo que necesitan para sus actividades al aire libre en un solo lugar.

- **Pasarela de pago:**

Ofrece opciones de pago estándar en su sitio web, como **tarjetas de crédito/débito y PayPal.** Además, garantiza un proceso de pago seguro y protegido para brindar tranquilidad a sus clientes al realizar transacciones en línea.

RECOMENDACIONES PARA LA PÁGINA WEB DE SMART CROSS

Imágenes:

- La velocidad de carga podría ser mejor, para esto es importante no cargar imágenes pesadas.
- Considerar la posibilidad de utilizar imágenes generadas por IA para complementar las imágenes tradicionales.
- El uso de renders es muy importante debido a que es posible mostrar el objeto desde todos sus ángulos posibles, y controlar sus acabados, texturas y materiales.

Texto:

- Algunos textos son demasiado pequeños y difíciles de leer.
- Es importante que la página web tenga palabras clave para aumentar su visibilidad.

Iconos:

Se podrían utilizar más iconos con las características de los productos para representar diferentes aspectos de la página web.

User experience:

- No hay una sección de preguntas frecuentes, lo cual interfiere en el proceso de compra del cliente.
- La página actual de Smart Cross está en un WordPress, sin embargo se recomienda para un excelente servicio de user experience que las colecciones sean identificadas fácilmente en cuanto a identificación de género (masculino - femenino) y colecciones de temporada.
- En la sección de compra sería ideal que se puedan agregar más artículos.
- Añadir más datos de contacto, como el número de teléfono, para facilitar la comunicación con la empresa.
- Crear una sección de "Lo más vendido" para ayudar a los usuarios a descubrir los productos más populares.
- Se podría mejorar la experiencia de usuario en dispositivos móviles optimizando la navegación y el proceso de compra.
- Tener presente fechas especiales para promociones o temporadas.

HOSTING

Elegimos este plan ya que la empresa se encuentra en proceso de expansión y esta buscando extender sus ventas en USA, para lo cual se les recomienda tener dominio diferente solo para este país y manejar operaciones separadas de Colombia.

Fuente:

<https://www.latinomericahosting.com.co/>

gad_source=1&gclid=Cj0KCQiArrCvBhCNARIsAOkAGcX8wogXUx8QDZ4xohGERNe79sMeG1Y3kFFDxawfk2syrmtfny5MvlaAhS-EALw_wcB

H2

Panel de control cPanel

\$150.000/año

-  30 GB Espacio **SSD NVMe**
-  600 GB de Tráfico / mes
-  20 Cuentas E-mail
-  5 Bases de datos
-  2 Dominios permitidos
-  WordPress / Joomla / Otros
-  LiteSpeed + LSCache
-  Seguridad Imunify360
-  Constructor de sitios Pro
-  Copias de seguridad
-  SSL gratis (<https://>)

Comprar

[VER ANÁLISIS COMPLETO AQUÍ](#)



Plataforma E-Commerce

Actualmente, la página está creada en WordPress con WooCommerce; sin embargo, el volumen del comercio electrónico ha llevado a la marca a cambiar su plataforma de e-commerce. La plataforma que van a usar se llama Odoo, la cual ofrece una solución integral y altamente personalizable que simplifica la gestión de tiendas en línea, inventarios, CRM, envío de emails y triggers para la producción. Este servicio tiene un costo de \$4,566 por 2 años y la facturación se realizará con Carvajal por \$56.00 pesos al mes. Además, utilizarán el software contable Alegra por \$80,000.

Pasarela de pagos Colombia



Transferencia bancaria directa BANCOLOMBIA AHORROS

Realiza tu pago directamente en nuestra cuenta bancaria. Por favor, ingresa el importe en nuestra cuenta.

Pago CONTRA ENTREGA

Paga a cuotas **Addi**

Wompi **Wompi**

Pasarela de pagos USA

La empresa tiene pensado exportar producto y vender en Estados Unidos para lo cual se recomienda tener una cuenta en Payoneer que es una plataforma financiera que ofrece soluciones para empresas y profesionales independientes que requieren recibir pagos internacionales, transferencias de dinero y administración financiera en línea. Explorar la pasarela de pagos Square, Authorize.Net, Braintree (por PayPal) o Stripe.

Para más información ver el análisis completo

GOLD CIRCLE

¿POR
QUÉ?

¿CÓMO?

¿QUÉ?

¿POR QUÉ?

Proteger la vida de los ciclistas en la carretera es nuestra razón de ser. En Smart Cross, creemos que cada ciclista merece volver a casa seguro después de cada viaje. Nos esforzamos por crear productos que no solo brinden protección, sino que también inspiren confianza y libertad en cada pedaleada.

¿CÓMO?

Nos dedicamos a alcanzar este objetivo mediante la innovación constante en el diseño y la tecnología. Nuestro equipo está comprometido con altos estándares de calidad, utilizando las últimas tecnologías en telas y materiales reflectantes para garantizar la máxima visibilidad y seguridad en la carretera.

¿QUÉ?

En Smart Cross, ofrecemos una amplia gama de ropa y accesorios de ciclismo diseñados con la máxima calidad y funcionalidad en mente. Desde chaquetas altamente reflectantes hasta maillots transpirables y cómodos, cada uno de nuestros productos está diseñado para brindar comodidad y protección sin comprometer el estilo.

 SMART CROSS

Queremos que lleges a
salvo y seguro a tu destino
#ProtegeTuVida

SmartCross te cuida

Adquiere tu kit de
seguridad aquí

PILARES DE APOYO

La estrategia de comunicación por pilares de apoyo es una técnica que se utiliza para transmitir un mensaje clave de manera efectiva a través de diversos canales y audiencias. Esta estrategia se basa en la idea de que el mensaje debe ser comunicado a través de una serie de "pilares" o elementos clave que trabajan juntos para reforzar el mensaje principal.

Estos pilares de apoyo son una combinación de diferentes tipos de medios de comunicación, como medios impresos, digitales, sociales, publicidad, relaciones públicas y marketing directo. Cada pilar tiene un enfoque específico y una audiencia designada, pero todos trabajan juntos para transmitir el mismo mensaje clave.

COMUNICACIÓN

PILARES DE APOYO

PROPÓSITO SOMBRILLA
que es smart cross

TEMÁTICA DE APOYO 1
seguridad

TEMÁTICA DE APOYO 2
protección


TEMÁTICA DE APOYO 3
innovación

PRODUCTOS




JERSEYS **COLECCIÓN BRAND**

JERSEY MAILLOT CICLISMO ELITE
MANGA CORTA CLASSIC FIT \$ 195.000 COP
SLIMFIT \$ 210.000 COP + IVA




HOMBRE




MUJER

CUELLO
Filtro UV
\$20.350 COP



JERSEYS **BRAND**

JERSEY MAILLOT CICLISMO ELITE
MANGA CORTA \$ 195.000 COP




CUELLO
Filtro UV
\$20.350 COP




JERSEYS **BRAND**

JERSEY MAILLOT CICLISMO ELITE
MANGA LARGA \$ 195.000 COP



CUELLO
Filtro UV
\$21.000 COP



[VER CATALOGO COMPLETO AQUI](#)



PIEZAS



[VER AQUÍ](#)



[VER AQUÍ](#)



[VER AQUÍ](#)

DEFINIR MODELOS DE NEGOCIO



PATROCINIOS

Pagar para que hablen de nuestros productos, en este modelo de negocios se definen como los influencer para el caso de smart cross



CATALOGO

Realizar catálogos de manera trimestral con el objetivo de implementar la venta directa, en donde distribuidores obtendran desde un 10% de descuento.



CROWDFUNDING

En el momento actual el modelo de negocio de CROWDFUNDING, quedaria muy bien para Smart Cross, pues este modelo le va a permitir conseguir capital necesario para financiar los proyectos que se tienen para Smart Cross, donde desde 1usd pueden participar muchas personas.



SUSCRIPCIÓN

Los clientes de Smar Cross, pagarían por tener acceso a contenidos referentes a Ciclismo e intereses comunes (comunidad de ciclimos - vida saludable, descuentos especiales)
Freemium



LIVE SHOPPING

Venta con trasmisiones en vivo, en este modelo de negocio seria importante la participación de Smart Cross en los diferentes eventos de ciclismo donde puedan asistir con un stand para la venta
Tour de Colombia
Vuelta Boyaca
Clásico RCN



CARRO VALLA

Se pretende implementar en puntos calientes o estratégicos un carro valla con pantallas para que los ciclistas tengan la oportunidad de conocer la marca y lograr fidelizarlos.



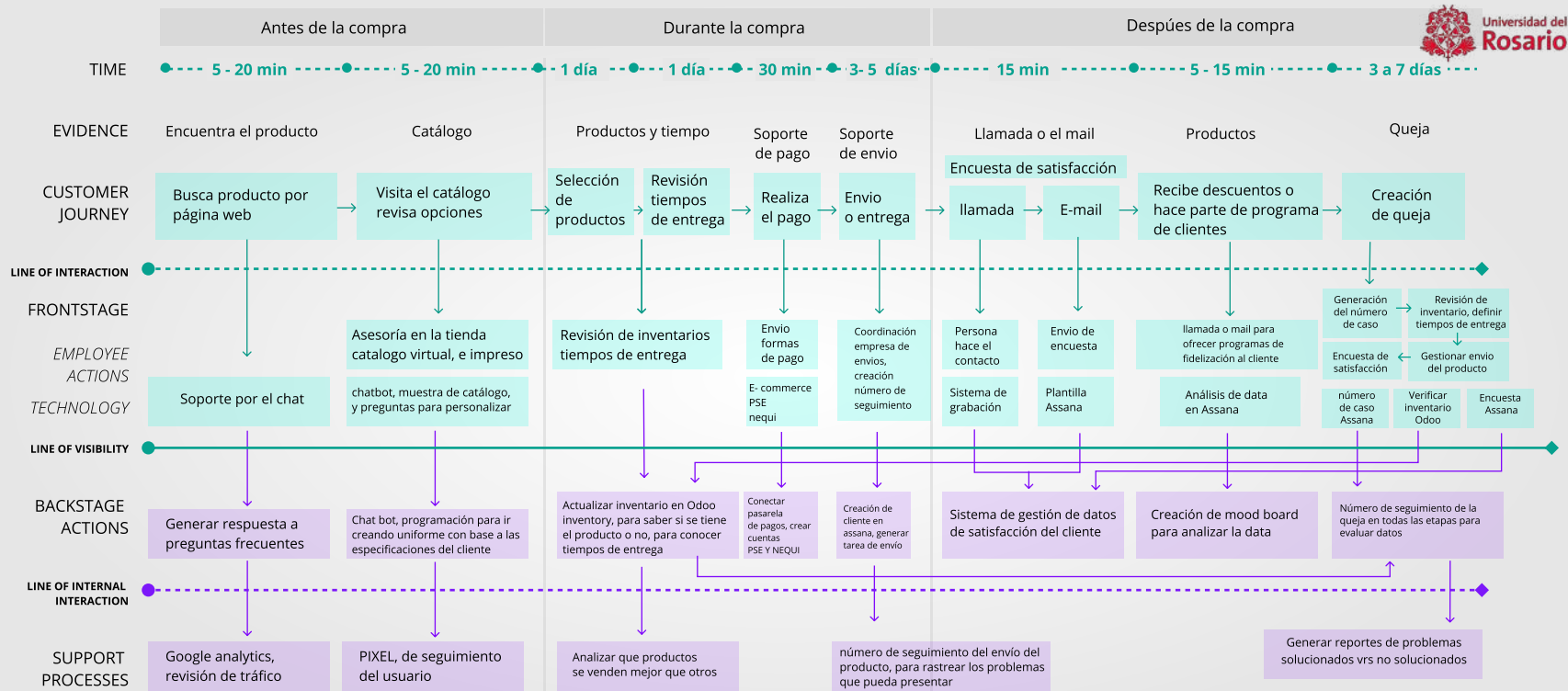
STANDS MOBIL

Se pretende implemetar moviles con los articulos más vendidos y destacados en puntos estratégicos para que los ciclistas tengan la necesidad de adquirirlos en el momento que los visitan.

Top 10 Cyclists
Instagram
Influencers



ANÁLISIS DE CÓMO SERÁ LA ENTREGA DE LOS
PRODUCTOS (TIEMPO, COSTO, TIPO DE
ALMACENAJE, LOGÍSTICA INVERSA) +
DIFERENTES OPCIONES DE ENTREGA





ESTRATÉGIA DE PRECIOS

Gracias por usar Office. Hemos realizado algunas actualizaciones en la configuración de privacidad para proporcionarle más control. El administrador de su organización le permite usar varios servicios con copia de seguridad de seguridad en la nube opcionales se propo
decidir si quiere usar o no estos servicios. Para modificar las opciones de privacidad, vaya a la configuración de privacidad de Office en la Web. Estos servicios con copia de seguridad en la nube opcionales se propo
Contrato de servicios de Microsoft. [Más información](#)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
TIENDA												
	IMAGEN	ARTÍCULO	CANTIDAD STOCK	COSTO UND	COSTOS ASOCIADOS	COSTO TOTAL	COSTO FINAL	MARGEN \$	MARGEN %	Porcentaje %	PRECIO VENTA (SIN IVA)	VENTA FINAL
6		Guante dedo largo	100	\$ 25.000	\$ 1.500	\$ 26.500	\$ 2.650.000	\$ 98.580	79%	372%	\$ 125.080	\$ 12.508.000
7		Guante dedo corto	100	\$ 23.000	\$ 1.500	\$ 24.500	\$ 2.450.000	\$ 90.650	79%	370%	\$ 115.150	\$ 11.515.000

Por favor redirigirse al excel en la pestaña de TIENDA

[VER EXCEL COMPLETO AQUI](#)



INVERSIÓN INICIAL

INVERSIÓN INICIAL				
Producto	Unidades	Costo unidad	Inversión inici:	Precio de venta
Guante dedo largo	100	\$ 25.000	\$ 2.500.000	\$ 125.080
Guante dedo corto	100	\$ 23.000	\$ 2.300.000	\$ 115.150
Alforja reflectiva	50	\$ 20.000	\$ 1.000.000	\$ 79.785
Morral reflectivo deportivo	100	\$ 25.000	\$ 2.500.000	\$ 113.400
Morral reflectivo 16 litros	50	\$ 30.000	\$ 1.500.000	\$ 125.550
Chaqueta impermeable	20	\$ 75.000	\$ 1.500.000	\$ 195.000
Chaqueta impermeable rompevientos	15	\$ 75.000	\$ 1.125.000	\$ 195.000
Chaleco impermeable	15	\$ 70.000	\$ 1.050.000	\$ 185.010
Jersey Maillot Blue	10	\$ 80.000	\$ 800.000	\$ 210.045
Jersey Maillot Blanco	10	\$ 80.000	\$ 800.000	\$ 210.045
Jersey Maillot Blanco manga larga	10	\$ 80.000	\$ 800.000	\$ 210.045
Jersey Maillot Elite Mujer	10	\$ 80.000	\$ 800.000	\$ 210.045
Jersey Maillot Elite Hombre	10	\$ 80.000	\$ 800.000	\$ 210.045
Jersey Maillot azul manga larga	10	\$ 80.000	\$ 800.000	\$ 210.045
Jersey Maillot Levels Hombre	10	\$ 80.000	\$ 800.000	\$ 210.045

VER EXCEL COMPLETO AQUI



ESTRATÉGIA DE PRECIOS



Jersey Brand

Para estas Jerseys se considerará la **estrategía de precios dinámicos**, ya que son un método de precios en la cual una empresa modifica el valor de sus productos de acuerdo a la oferta, demanda y otros factores que afecta el mercado.

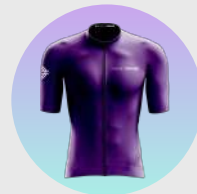
Manga corta: \$ 210.000
Manga larga: \$ 240.000



Jersey de diseñador

Teniendo en cuenta que estas prendas fueron diseñadas por Jaime Ojeda, la estrategia de precios definida es de **valor percibido** donde los clientes están dispuestos a pagar por un producto o servicio de acuerdo con la apreciación de calidad que tienen sobre el.

Manga corta: \$ 250.000
Manga larga: \$ 280.000



Jersey de colores

Este tipo de prenda son básicos por los colores que manejan, por este motivo lo que la estrategia de **precio psicológico** ofrece al establecer precios que terminan en 99 centavos, se puede hacer que los productos parezcan más asequibles y atraer a los clientes a realizar una compra adicional.

Manga corta: \$189.999
Manga larga: \$219.999

FORMULA DE E-COMMERCE

TRÁFICO	%	CONVERSIÓN	*	TIKET PROMEDIO
1678		13		386.154

DATO TOMADO DE LOS ÚLTIMOS TRES MESES - ORGANICO 100%

Análisis Smart Cross en su proyección de ventas tiene estimado realizar 100 ventas mensuales, dado que la data de los últimos tres meses muestra solo 13 ventas, las cuales se lograron de manera orgánica, lo cual no es significativo y se replantea asignar un presupuesto de 700 usd dólares mensuales de los cuales serán usados 23 usd diarios para realizar pauta.

Para lograr que la tasa de conversión para las 100 ventas mensuales se logre, se necesita atraer un tráfico de 12.907 visitas, que permitirán a Smart Cross poner en marcha las diferentes estrategias para lograr el ingreso esperado.

PLAN DE PAUTA

Campañas de búsqueda orientadas a palabras clave

Campañas de búsqueda dirigidas a palabras clave relacionadas con ropa y accesorios de Ciclismo, Utilizando concordancias amplias, de frase y exactas para captar diferentes tipos de tráfico.

Campañas de Shopping

Establecer ofertas competitivas para aumentar la visibilidad y las conversiones. Usar los productos más vendidos.

Remarketing

Para llegar a personas que han visitado el sitio web pero no han realizado una compra. Mostrarles anuncios específicos de productos que hayan visto anteriormente, ofrecerles descuentos especiales o promociones para incentivar la compra.

Anuncios en Display

Utiliza anuncios de Display segmentando los anuncios según intereses, comportamientos de navegación y características demográficas para llegar a personas que puedan estar interesadas en los productos.

Optimización de la página de destino

Estar seguros que la página de destino funciona bien, que la página carga rápido y que el proceso de compra es claro, ágil e intuitivo.

KPIS - E-COMMERCE

KPIS

VISITANTES

COSTO POR ADQUISICIÓN

CARRITOS ABANDONADOS

TASA DE CONVERSIONES

TIEMPO EN LA PÁGINA

(ROI) RETORNO DE INVERSIÓN

PALABRAS CLAVE

[VER ESTRATEGIA PARA GOOGLE ADDS AQUÍ](#)



Google Ads Herramienta Vista previa y diagnóstico de anuncios ACCEDER

experto5ppc Ubicación Bogotá, Bogotá, Colombia Idioma Spanish Dispositivo Escritorio COMPARTIR

Acceder para ver la información del diagnóstico


Vista previa de los resultados de la búsqueda

Google Ropa de Ciclismo Iniciar sesión

Todo Maps Imágenes Vídeos Noticias Más Preferencias Herramientas

Cerca de 2.670 resultados (0,76 segundos)

Anuncio


 <https://smartcross.com.co/>

Ropa de Ciclismo Especializada - SmartCross

Desde Chaquetas reflectantes hasta Maillots Transpirables, encuentra todo lo que necesitas para rodar seguro en tu Bicicleta. ¡Explora Ahora!

[morrales - Jerseys - Pantalónetas - guantes](#)


Gesponsert

 <https://www.gorigogo.com>

go rigo go - Hasta 30% off

Llegó sprint sale a Go Rigo Go! con los descuentos más hot, hasta 30% off. Aprovecha ahora. Compra y paga después, hasta 3 cuotas sin intereses con Go...


Gesponsert

 <https://www.culturecycling.com.co>

Ropa de Ciclismo - Culture Cyclina

Gesponsert


SALE



Jersey de Ciclismo...

99.920 CO...

smartcross.com




Pantalóneta ciclismo...

179.900 COP

Zueden Cy...


SALE



Jersey de Ciclismo...

99.920 CO...


gorigogo.com



Pantalóneta ciclismo da...

179.900 COP


Zueden Cy...



Camiseta Manga Larg...

161.168 COP

Zueden Cy...



Pantalóneta Colombia C...

107.600 COP

GW Bicycles



ANUNCIO

CANALES DIGITALES



- **Envíos gratis** a cualquier parte del país.
- Devolución gratis (30 días desde que recibe).
- Tiempo estimado de entrega: 2 días hábiles.
- Se observan morrales y guantes.
- +25 ventas realizadas por este canal.
- Brinda buena atención y entrega a tiempo.
- Vendido por BITURESAS.

falabella.

- **Envíos desde \$9.00 a \$17.200** Dependiendo de la ciudad.
- Garantía del producto 3 Meses.
- Tiempo estimado de entrega: 3 días.
- Se observan morrales y guantes.
- Acumula puntos CMR.
- Vendido por BITURESAS.

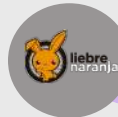
LINIO

- **Envíos gratis** a cualquier parte del país.
- Garantía del producto 3 Meses (en costuras y slyder de cremalleras).
- Tiempo estimado de entrega: 3 días hábiles.
- Se observan morrales y guantes.
- Acumula puntos CMR.
- Vendido por SMARTCROSS.

- Envíos a ciertas zonas en Bogotá gratuitos si tiene Rappi-Prime.
- Sin la suscripción el costo del envío es **\$14.500 y la tarifa de servicio \$15.500**
- Tiempo estimado de entrega: 24 minutos o se programa la hora y día de entrega.
- Se observan únicamente morrales.

Rappi

- **Envíos gratis** a cualquier parte del país.
- Garantía del producto 3 Meses
- Se observan morrales y guantes.
- Acumula puntos CMR.
- Tiempo estimado de entrega: 3 días hábiles.
- Vendido por SMARTCROSS.



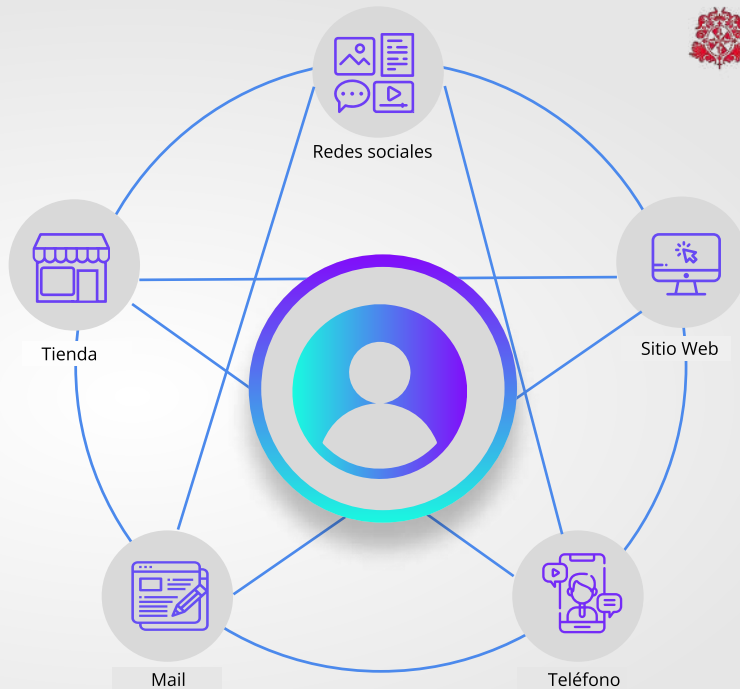
- **Envío gratuito por compras mayores a \$170.000**
- **Envíos Bogotá \$7.500 - Cundinamarca \$9.000**
Contra entrega \$14.500 - Difícil acceso \$22.500
- Opción de recoger compra en punto específico.
- Garantía del producto 3 Meses
- Se observa todo el portafolio de productos en la web.



Omnicanalidad

Actualmente los canales de atención de SmartCross actúan de manera independiente, ofrecen experiencias de atención al usuario diferentes y no se comunican entre si, la información se repite en los canales. Y los canales no se comunican entre si.

Se recomienda un modelo omnicanal en el que los canales se comuniquen entre si en el cual el cliente experimente la misma experiencia y usar estos datos para brindar una experiencia integral al cliente.



[VER MARKET PLACES Y FERIAS AQUÍ](#)



BIENVENIDA A

#ENRUEDATE
CONSMARTCROSS

Bienvenid@ a EnRuedate ya eres parte del equipo, prepárate para vivir muchas aventuras sobre dos ruedas, aquí encontraras una comunidad vibrante apasionada por el ciclismo dispuesta a enfrentar nuevos desafíos

ACERCA DE NOSOTROS:

Somos SmartCross una empresa comprometida con tu seguridad en la vía, ofrecemos los mejores productos garantizando calidad, innovación y seguridad

INSTRUCCIONES CLARAS SOBRE CÓMO CONVERTIRSE EN MIEMBRO

Al ser parte de nuestro club seras parte de una increíble comunidad donde compartiremos con tigo las últimas noticias, te invitaremos a eventos exclusivos para salir a rodar, y podras acumular puntos y medallas que podras canjear por descuentos en nuestros productos



Inscríbete y haz parte de esta maravillosa comunidad

ENLACE PARA REGÍSTR

CALENDARIO DE EVENTOS FUTUROS Y SALIDAS PROGRAMADAS.

ENLACE PARA REGÍSTR

CALENDARIO DE EVENTOS FUTUROS Y SALIDAS PROGRAMADAS.

FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN

LOPREP IPSUM

LOPREP IPSUM

LOPREP IPSUM

LOPREP IPSUM

LOPREP IPSUM

LOPREP IPSUM

ENVIAR



Autorizo el uso de mis datos





BIENVENIDO A LA FAMILIA

**#ENRUEDATE
CONSMARTCROSS**

¡HOLA LUISA LOPEZ BELLO!

Es un placer darte la más cálida bienvenida a "EnRuedate con SmartCross". Estamos emocionados de tenerte en nuestra comunidad de apasionados ciclistas y estamos seguros de que tu presencia hará que nuestra familia sea aún más vibrante. En "EnRuedate con SmartCross", no solo compartimos la pasión por el ciclismo, sino que también celebramos la diversidad de estilos y niveles. Ya seas un ciclista experimentado o estés dando tus primeras pedaladas, aquí encontrarás un espacio donde cada giro de rueda cuenta. Te invitamos a explorar todas las emocionantes oportunidades que ofrecemos, desde descuentos exclusivos en marcas de ciclismo hasta salidas épicas en grupo y eventos especiales que te conectarán con otros entusiastas de las dos ruedas. Además, mantente atento(a) a nuestras actualizaciones semanales y eventos especiales que harán que tu experiencia con EnRuedate sea aún más memorable. Si alguna vez tienes preguntas, ideas o simplemente quieres compartir tus experiencias ciclistas, no dudes en ponerte en contacto con nosotros. Estamos aquí para hacer de tu viaje con EnRuedate algo excepcional.

¡BIENVENIDO(A) A LA FAMILIA ENRUEDATE CON SMARTCROSS, DONDE CADA PEDALEADA ES UNA NUEVA AVENTURA!

**¿LISTOS PARA EXPLORAR NUEVOS CAMINOS Y FORTALECER LOS LAZOS DE NUESTRA INCREÍBLE COMUNIDAD? CONFIRMA TU PARTICIPACIÓN Y ÚNETE A
#ENRUEDATECONSMARTCROSS**



El programa de fidelización **Enruedate** sera un club para nuestros clientes, ellos tendrán acceso a **eventos exclusivos** donde tendrán acompañamiento de seguridad y registro fotográfico , y aran parte de un programa de fidelización por medio de un **sistema de puntos** por asistencia a los eventos y **programa de referidos. Descuento de precios** recibirán un news-letter con noticias del sector y los eventos

FERIAS PARTICIPACIÓN-PRECIOS



Este espacio diseñado para incentivar el cuidado del medio ambiente, el uso de transportes sostenibles en las ciudades y el deporte, invitó a cientos de usuarios a un gran encuentro de las bicicletas, accesorios y complementos la industria del ciclismo en Colombia y Latinoamérica.



Trabajamos con disciplina y objetividad para continuar ofreciendo el escenario propicio de los negocios, la innovación y el desarrollo en la industria de la moto..

- **Objetivo:** Atraer la atención de los clientes potenciales, generar interés en los productos y servicios de Smart Cross y aumentar las ventas.
- **Ubicación:** El stand móvil debe ubicarse en lugares estratégicos con alto tráfico de personas, como centros comerciales, universidades, eventos tecnológicos, etc.
- **Captura de leads:** Implemente un sistema para capturar la información de contacto de los visitantes interesados, como un formulario en línea o una tableta para que los visitantes completen. Establezca un proceso de seguimiento para convertir estos leads en clientes potenciales.

CALENDARIO DE FECHAS COMERCIALES

Enero

LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				



Por la compra de 2 productos recibe
10% DCTO
Del total de la orden
-5% DCTO el día de tu cumpleaños!

Febrero

LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29			



¡DESCUENTAZO!
-10% EXTRA

Marzo

LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31



35%
En toda la variedad de

Abril

LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					



ENRUEDATE
CON SMART CLASS
HASTA EL 19 DE ABRIL
60% OFF

Bike Friday
Del 15 al 19
60% OFF

mayo

LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	



¡NUEVA COLECCIÓN!

La cuponera del ciclista /16 y 17

junio

LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30



En el día del padre 5% de descuentos en guantes.

CALENDARIO DE FECHAS COMERCIALES

julio

LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				



10% DE DESCUENTOS EN TODOS LOS PRODUCTOS

agosto



LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

30% OFF

JERSEYS

septiembre

LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						



10%

CHAQUETAS IMPERMEABLES Y BOMBEVENTOS

octubre



LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

DESCUENTO EN CASCOS

-30%

noviembre

LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
			1	2	3	
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	



Black Friday

diciembre



LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

El 5% de descuento en las diferentes chaquetas

CALENDARIO DE FECHAS DE CICLISMO

ENERO

Fecha	Modalidad	Evento	Categorías	Lugar
10	Ruta	Circuito Feria de Manizales	Élite – Sub-23 - Juvenil	Manizales
20	Ruta	Circuito Ciudad de Tuta	Élite	Tuta, Boyacá
25 al 28	Ruta	Campeonatos Nacionales	Élite y Sub-23	Boyacá

FEBRERO

Fecha	Modalidad	Evento	Categorías	Lugar
6 al 11	Ruta	Tour Colombia 2.1	Élite	Boyacá y Cundinamarca
16 al 18	BMX Racing	I-II Válidas Copa Nacional BMX 2024	Challenger y Championship	Ubalé - Cundinamarca
27 feb. al 1 mar.	Ruta	Clásica de Rionegro	Élite – Sub-23	Rionegro - Antioquia

MARZO

Fecha	Modalidad	Evento	Categorías	Lugar
7 al 10	Ruta	Vuelta al Tolima	Élite	Tolima
7 al 10	Pista	Copa de Pista	Élite	Por confirmar
7 al 10	MTB DHI-XCM	Campeonato Nacional	Todas	Ginebra - Valle
12 al 17	Ruta	Campeonato Nacional	Juvenil y Prejuvenil	Por confirmar
15 al 17	BMX Racing	III-IV Válidas Copa Nacional BMX 2024	Challenger y Championship	Por confirmar

ABRIL

Fecha	Modalidad	Evento	Categorías	Lugar
4 al 7	Ruta	Vuelta al Sur	Élite y Sub-23	Tolima-Huila
4 al 7	BMX Racing	V-VI Válidas Copa Nacional BMX 2024	Challenger y Championship	Por confirmar
5 al 7	MTB	I Válida Copa Nacional XCO	Todas	Ibagué

10 al 13	Paracycling	Copa Colombia Ruta Preparatoria	Todas / Clasificación Funcional	Cundinamarca
11 al 13	Ruta	Clásica de Anapoima	Élite – Sub-23	Anapoima - Cundinamarca
12 al 14	Pista	I Válida Nacional de Pista	Élite	Por confirmar
13	BMX Racing	Campeonato Panamericano – Copa Latina R3	Todas	Bogotá
14	BMX Racing	Copa Latinoamericana Ronda 4	Championship	Bogotá
21 al 28	Ruta	Vuelta de la Juventud	Sub-23	Por confirmar

MAYO

Fecha	Modalidad	Evento	Categorías	Lugar
1 al 5	Ruta	Vuelta a Antioquia	Élite – Sub-23	Antioquia
3 al 5	MTB	I Válida Copa Nacional DHI	Todas	Antioquia
13 al 15	Ruta	Clásica Club Deportivo Boyacá	Élite – Sub-23	Boyacá
15 al 17	Pista	II Válida Nacional de Pista	Élite	Por confirmar
17 al 19	MTB	II Válida Copa Nacional XCO	Todas	Popayán
17 al 19	Ruta	Clásica del Caribe 24 años	Élite – Sub-23	Bolívar
28 al 31	Ruta	Vuelta a Cundinamarca	Élite y Sub-23	Cundinamarca
31 may. al 2 jun.	BMX Racing	VII-VIII Válidas Copa Nacional BMX 2024	Challenger y Championship	Por confirmar

CALENDARIO DE FECHAS DE CICLISMO

JUNIO

Fecha	Modalidad	Evento	Categorías	Lugar
6 al 8	Ruta	Clásica de Fusagasugá	Élite - Sub-23	Fusagasugá - Cundinamarca
7 al 9	MTB	III Válida Copa Nacional XCO	Todas	Antioquia
14 al 23	Ruta	Vuelta a Colombia	Élite - Sub-23	Por confirmar
17 al 23	Paracycling	Copa Colombia Pista	Todas / Clasificación Funcional	Bucaramanga
21 al 23	Pista	III Válida Nacional de Pista	Élite	Por confirmar
28 al 30	MTB	IV Válida Copa Nacional XCO	Todas	Manizales
29 jun. al 1 de jul.	Ruta	Clásica Rubén Darío Gómez	Élite - Sub-23	Risaralda

JULIO

Fecha	Modalidad	Evento	Categorías	Lugar
4 al 7	Ruta	Clásica de Girardot	Élite	Girardot - Cundinamarca
5 al 7	MTB	II Válida Copa Nacional DHI	Todas	Boyacá
5 al 7	BMX Racing	Campeonato Nacional -IX Válida Copa Nacional BMX 2024	Challenger y Championship	Por confirmar
7	Ruta	Circuito Homenaje a Luis H. Díaz	Élite	Valle
11 al 14	Pista	Copa de Pista	Élite	Por confirmar
18 al 21	MTB	Campeonato Nacional XCO, XCC, XCR y GYM	Todas	Ginebra - Valle
26 al 28	Ruta	Micro Vuelta al Valle	Damas - Sub-23 - Juvenil	Valle

AGOSTO

Fecha	Modalidad	Evento	Categorías	Lugar
1 al 4	Ruta	Vuelta a Antioquia Femenina	Élite	Antioquia
1 al 4	Ruta	Vuelta al Atlántico	Élite	Atlántico
5 al 10	Paracycling	Copa Colombia Pista	Todas / Clasificación Funcional	Cali
8 al 11	Ruta	Vuelta al Magdalena	Élite	Magdalena
13 al 16	Ruta	Clásica Carmen del Viboral	Élite	Antioquia
14 al 16	Ruta	Vuelta al Cesar	Élite	Cesar
16 al 18	BMX Racing	X-XI Válidas Copa Nacional BMX 2024	Challenger y Championship	Por confirmar
16 al 18	MTB	III Válida Copa Nacional DHI	Todas	Caldas
19 al 25	Ruta	Vuelta a Colombia Femenina	Élite y Sub-23	Por confirmar
23 al 25	MTB	V Válida Copa Nacional XCO	Todas	Ibagué
28 ago. al 1 sep.	Ruta	Vuelta a Nariño	Élite - Sub-23	Nariño
30 ago. al 1 sep.	Ruta	Vuelta a Norte de Santander	Élite - Sub-23	Norte de Santander

SEPTIEMBRE

Fecha	Modalidad	Evento	Categorías	Lugar
3 al 6	Ruta	Clásica a Marinilla	Élite - Sub-23	Antioquia
6 al 8	Ruta	Vuelta del Meta	Élite - Sub-23	Meta
6 al 8	Pista	Torneo Internacional de Pista C1 - C2	Élite	Por confirmar
11 al 15	Ruta	Vuelta a Boyacá	Élite - Sub-23	Boyacá
13 al 15	MTB	VI Válida Copa Nacional XCO	Todas	Boyacá
20 al 22	Ruta	Novato de Oro	Juvenil - Prejuvenil	Quindío
21 al 29	Ruta	Clásico RCN	Élite - Sub-23	Por confirmar

CALENDARIO DE FECHAS DE CICLISMO

OCTUBRE

Fecha	Modalidad	Evento	Categorías	Lugar
3 al 6	Ruta	Vuelta Juvenil Antioquia	Juvenil	Antioquia
3 al 6	Pista	Campeonato Nacional	Élite	Por confirmar
4 al 6	Ruta	Clásica a Soacha	Élite – Sub-23	Soacha - Cundinamarca
4 al 6	BMX Racing	XII-XIII Válidas Copa Nacional BMX 2024	Challenger y Championship	Por confirmar
11 al 13	MTB	VII Válida Copa Nacional XCO	Todas	Pereira
11 al 13	Paracycling	Copa Colombia Ruta	Todas / Clasificación Funcional	Villavicencio
12 al 14	Ruta	Clásica Aguazul	Élite – Sub-23	Aguazul - Casanare
16 al 20	Ruta	Vuelta del Porvenir y Tour Femenino	Juvenil Varones / Élite-Sub-23 y Juvenil Damas	Por confirmar
23 al 27	Ruta	Vuelta al Valle	Élite – Sub-23	Valle
26	Ruta	Clásica Ciudad de Mosquera	Élite	Mosquera - Cundinamarca

NOVIEMBRE

Fecha	Modalidad	Evento	Categorías	Lugar
1 al 3	Ruta	Vuelta del Futuro Antioquia	Prejuvenil	Antioquia
1 al 3	Pista	Torneo Internacional de Pista C1 – C2	Élite	Por confirmar
10 y 11	Ruta	Clásica de Arauca	Élite – Sub-23	Arauca
10 al 21	Todas	Juegos Nacionales	Juveniles	Por confirmar
15 al 17	BMX Racing	XIV-XV Válidas Copa Nacional BMX 2024	Challenger y Championship	Por confirmar

17 al 23	Paracycling	Campeonato Nacional Ruta y Pista	Todas / Clasificación Funcional	Por confirmar
28 nov al 1 dic	Ruta	Vuelta del Futuro	Hombres Prejuvenil / Damas Juvenil y Prejuvenil	Por confirmar

DICIEMBRE

Fecha	Modalidad	Evento	Categorías	Lugar
1	Ruta	Circuito Aguinaldo Fusagasugueño	Élite – Sub-23	Fusagasugá - Cundinamarca

*Actualizado 27/12/2023

CALENDARIO DE FECHAS DE CICLISMO

Se propone la implementación de un carro valla equipado con una pantalla LED en puntos estratégicos o de alta afluencia, con el propósito de ofrecer a los ciclistas la oportunidad de familiarizarse con nuestra marca y promover su fidelización. Además, se contempla la colaboración con influencers para generar leads de calidad y contribuir al crecimiento de Smart Cross en el mercado colombiano, dado que es una empresa que prioritariamente considera la seguridad del consumidor.

Por esa razón se recomienda estar actualizado con el calendario del ciclismo 2024, para estar al tanto de promociones y nuevos lanzamientos

También, es importante generar anuncios en google search para los días especiales de eventos por la gran afluencia que va a haber para satisfacer las necesidades de los consumidores

INFLUENCER

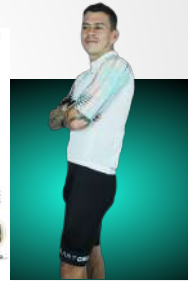
Influencers

Macro influencer



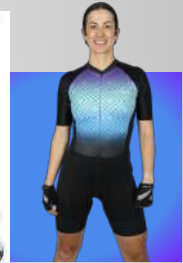
@Jhanyouknow

Micro influencer



@Ferberdoya33

Nano influencer



@Carola_gutierrez_20

- Tener el contacto de los influencers seleccionados y proponerles una colaboración: Se puede generar una alianza gana-gana ofreciéndoles productos gratuitos de Smart Cross a cambio de publicaciones en sus redes sociales, reseñas en sus blogs o videos en sus canales de YouTube.
- Este trabajo optimizará un contenido auténtico y atractivo de manera natural. Por esta razón se pueden incluir fotos, videos, tutoriales o historias de Instagram.
- Además, animar a los seguidores a interactuar con el contenido de los influencers mediante concursos, sorteos o códigos de descuento exclusivos para aumentar la participación
- Para finalizar es muy importante realizar un seguimiento de las métricas , como el alcance, la interacción y las conversiones, para evaluar el éxito de la campaña. La utilización de herramientas de análisis de redes sociales para obtener información detallada sobre el rendimiento de cada publicación.
- Si la campaña tiene éxito, considerar establecer relaciones continuas con los influencers para futuras colaboraciones y mantener la presencia de la marca en sus comunidades en línea.

EXCEL PRESUPUESTO

VER EXCEL COMPLETO AQUI



INVERSIÓN INICIAL				VENTAS DE INVERSIÓN INICIAL				PRESUPUESTO DE VENTAS											
Producto	Unidades	Costo unidad	Inversión Inic	Precio de venta	700	260	260	260	1%	2%	3%	1%	1%	2%	3%	2%	3%	18%	
					ventas	Enero	Febrero	Marzo	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Gusete dedo largo	100	\$ 23.000	\$ 2.300.000	\$ 125.000	33	\$ 4.169.333	\$ 4.169.333	\$ 4.169.333	\$ 4.271.977	\$ 4.295.247	\$ 4.424.105	\$ 4.468.340	\$ 4.513.029	\$ 4.603.290	\$ 4.741.388	\$ 4.830.216	\$ 4.991.303	\$ 53.581.920	
Gusete dedo corto	100	\$ 23.000	\$ 2.300.000	\$ 115.150	39	\$ 3.638.933	\$ 3.638.933	\$ 3.638.933	\$ 3.876.077	\$ 3.924.251	\$ 4.072.879	\$ 4.112.007	\$ 4.154.743	\$ 4.237.930	\$ 4.364.972	\$ 4.452.273	\$ 4.593.841	\$ 49.326.150	
Alforja reflectiva	50	\$ 20.000	\$ 1.000.000	\$ 79.775	17	\$ 1.329.750	\$ 1.329.750	\$ 1.329.750	\$ 1.343.048	\$ 1.369.908	\$ 1.411.006	\$ 1.425.116	\$ 1.439.367	\$ 1.468.154	\$ 1.512.199	\$ 1.542.443	\$ 1.589.716	\$ 17.069.206	
Monitor reflectivo deportivo	100	\$ 25.000	\$ 2.500.000	\$ 113.400	33	\$ 3.780.000	\$ 3.780.000	\$ 3.780.000	\$ 3.817.600	\$ 3.894.156	\$ 4.010.981	\$ 4.051.090	\$ 4.173.433	\$ 4.298.636	\$ 4.519.422	\$ 4.384.609	\$ 4.516.147	\$ 48.576.455	
Monitor reflectivo 16 litros	50	\$ 30.000	\$ 1.500.000	\$ 125.550	17	\$ 2.092.493	\$ 2.092.493	\$ 2.092.493	\$ 2.113.417	\$ 2.155.696	\$ 2.220.356	\$ 2.242.560	\$ 2.264.986	\$ 2.310.285	\$ 2.379.594	\$ 2.427.196	\$ 2.500.001	\$ 26.891.548	
Chaqueta impermeable	20	\$ 75.000	\$ 1.500.000	\$ 195.000	7	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 1.313.040	\$ 1.339.260	\$ 1.379.438	\$ 1.393.232	\$ 1.407.164	\$ 1.435.300	\$ 1.478.367	\$ 1.507.994	\$ 1.553.172	\$ 16.706.676	
Chaqueta impermeable rompevientos	15	\$ 75.000	\$ 1.125.000	\$ 195.000	5	\$ 975.000	\$ 975.000	\$ 975.000	\$ 984.750	\$ 1.004.445	\$ 1.034.578	\$ 1.044.924	\$ 1.055.373	\$ 1.076.481	\$ 1.108.775	\$ 1.130.951	\$ 1.164.879	\$ 12.530.157	
Chalcoo impermeable	15	\$ 70.000	\$ 1.050.000	\$ 165.010	5	\$ 925.030	\$ 925.030	\$ 925.030	\$ 934.301	\$ 952.087	\$ 981.876	\$ 991.302	\$ 1.001.306	\$ 1.021.332	\$ 1.051.972	\$ 1.073.011	\$ 1.105.200	\$ 11.868.227	
Jersey Maillot Blue	10	\$ 80.000	\$ 800.000	\$ 210.043	3	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 707.152	\$ 721.295	\$ 742.933	\$ 750.363	\$ 757.866	\$ 773.024	\$ 796.214	\$ 812.139	\$ 836.503	\$ 8.997.938	
Jersey Maillot Blanco	10	\$ 80.000	\$ 800.000	\$ 210.043	3	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 707.152	\$ 721.295	\$ 742.933	\$ 750.363	\$ 757.866	\$ 773.024	\$ 796.214	\$ 812.139	\$ 836.503	\$ 8.997.938	
Jersey Maillot Blanco manga larga	10	\$ 80.000	\$ 800.000	\$ 210.043	3	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 707.152	\$ 721.295	\$ 742.933	\$ 750.363	\$ 757.866	\$ 773.024	\$ 796.214	\$ 812.139	\$ 836.503	\$ 8.997.938	
Jersey Maillot Elite Mujer	10	\$ 80.000	\$ 800.000	\$ 210.043	3	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 707.152	\$ 721.295	\$ 742.933	\$ 750.363	\$ 757.866	\$ 773.024	\$ 796.214	\$ 812.139	\$ 836.503	\$ 8.997.938	
Jersey Maillot Elite Hombre	10	\$ 80.000	\$ 800.000	\$ 210.043	3	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 707.152	\$ 721.295	\$ 742.933	\$ 750.363	\$ 757.866	\$ 773.024	\$ 796.214	\$ 812.139	\$ 836.503	\$ 8.997.938	
Jersey Maillot azul manga larga	10	\$ 80.000	\$ 800.000	\$ 210.043	3	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 707.152	\$ 721.295	\$ 742.933	\$ 750.363	\$ 757.866	\$ 773.024	\$ 796.214	\$ 812.139	\$ 836.503	\$ 8.997.938	
Jersey Maillot Levels Hombre	10	\$ 80.000	\$ 800.000	\$ 210.043	3	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 707.152	\$ 721.295	\$ 742.933	\$ 750.363	\$ 757.866	\$ 773.024	\$ 796.214	\$ 812.139	\$ 836.503	\$ 8.997.938	
Jersey Maillot Negro Hombre	10	\$ 80.000	\$ 800.000	\$ 210.043	3	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 707.152	\$ 721.295	\$ 742.933	\$ 750.363	\$ 757.866	\$ 773.024	\$ 796.214	\$ 812.139	\$ 836.503	\$ 8.997.938	
Jersey Pollock	10	\$ 80.000	\$ 800.000	\$ 210.043	3	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 707.152	\$ 721.295	\$ 742.933	\$ 750.363	\$ 757.866	\$ 773.024	\$ 796.214	\$ 812.139	\$ 836.503	\$ 8.997.938	
Jersey Pollock Manga corta	10	\$ 80.000	\$ 800.000	\$ 210.043	3	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 707.152	\$ 721.295	\$ 742.933	\$ 750.363	\$ 757.866	\$ 773.024	\$ 796.214	\$ 812.139	\$ 836.503	\$ 8.997.938	
Jersey Manga corta	10	\$ 80.000	\$ 800.000	\$ 210.043	3	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 707.152	\$ 721.295	\$ 742.933	\$ 750.363	\$ 757.866	\$ 773.024	\$ 796.214	\$ 812.139	\$ 836.503	\$ 8.997.938	
Jersey Levels Manga corta	10	\$ 80.000	\$ 800.000	\$ 210.043	3	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 707.152	\$ 721.295	\$ 742.933	\$ 750.363	\$ 757.866	\$ 773.024	\$ 796.214	\$ 812.139	\$ 836.503	\$ 8.997.938	
Jersey Maillot elite manga larga	10	\$ 80.000	\$ 800.000	\$ 220.091	3	\$ 733.337	\$ 733.337	\$ 733.337	\$ 740.670	\$ 755.483	\$ 778.148	\$ 785.829	\$ 793.789	\$ 809.464	\$ 833.954	\$ 850.654	\$ 870.153	\$ 9.424.434	
Jersey Maillot elite manga corta	10	\$ 80.000	\$ 800.000	\$ 210.043	3	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 700.150	\$ 707.152	\$ 721.295	\$ 742.933	\$ 750.363	\$ 757.866	\$ 773.024	\$ 796.214	\$ 812.139	\$ 836.503	\$ 9.070.930	
Pantalóneta ciclismo 3 costuras	20	\$ 163.250	\$ 3.265.000	\$ 364.023	7	\$ 2.560.155	\$ 2.560.155	\$ 2.560.155	\$ 2.569.757	\$ 2.637.472	\$ 2.716.596	\$ 2.743.762	\$ 2.771.199	\$ 2.826.823	\$ 2.911.422	\$ 2.969.651	\$ 3.059.740	\$ 32.901.686	
Pantalóneta ciclismo classica hombre	12	\$ 183.250	\$ 2.199.000	\$ 364.023	4	\$ 1.536.093	\$ 1.536.093	\$ 1.536.093	\$ 1.551.454	\$ 1.582.483	\$ 1.629.957	\$ 1.646.257	\$ 1.662.720	\$ 1.695.974	\$ 1.746.833	\$ 1.791.790	\$ 1.835.244	\$ 19.741.012	
Pantalóneta ciclismo sin costuras	12	\$ 183.250	\$ 2.199.000	\$ 364.023	4	\$ 1.536.093	\$ 1.536.093	\$ 1.536.093	\$ 1.551.454	\$ 1.582.483	\$ 1.629.957	\$ 1.646.257	\$ 1.662.720	\$ 1.695.974	\$ 1.746.833	\$ 1.791.790	\$ 1.835.244	\$ 19.741.012	
JERSEY TERMOCA VERDE	12	\$ 63.115	\$ 757.380	\$ 180.369	4	\$ 721.474	\$ 721.474	\$ 721.474	\$ 728.689	\$ 743.263	\$ 765.561	\$ 773.216	\$ 780.948	\$ 796.567	\$ 820.464	\$ 836.874	\$ 861.980	\$ 9.271.085	
JERSEY TERMOCA AZUL	12	\$ 63.115	\$ 757.380	\$ 180.369	4	\$ 721.474	\$ 721.474	\$ 721.474	\$ 728.689	\$ 743.263	\$ 765.561	\$ 773.216	\$ 780.948	\$ 796.567	\$ 820.464	\$ 836.874	\$ 861.980	\$ 9.271.085	
JERSEY TERMOCA NEGRO	12	\$ 63.115	\$ 757.380	\$ 180.369	4	\$ 721.474	\$ 721.474	\$ 721.474	\$ 728.689	\$ 743.263	\$ 765.561	\$ 773.216	\$ 780.948	\$ 796.567	\$ 820.464	\$ 836.874	\$ 861.980	\$ 9.271.085	
6 Deseños CIBELLOS	30	\$ 6.000	\$ 300.000	\$ 21.000	17	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 353.500	\$ 360.570	\$ 371.387	\$ 375.101	\$ 378.852	\$ 386.429	\$ 398.022	\$ 405.982	\$ 418.162	\$ 4.486.005	
MANGAS	20	\$ 18.000	\$ 360.000	\$ 42.000	7	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 303.000	\$ 309.000	\$ 318.832	\$ 321.513	\$ 324.720	\$ 331.225	\$ 341.102	\$ 347.985	\$ 358.424	\$ 3.855.433	
TOPS	20	\$ 25.000	\$ 500.000	\$ 50.000	7	\$ 333.333	\$ 333.333	\$ 333.333	\$ 333.667	\$ 343.400	\$ 353.702	\$ 358.299	\$ 360.811	\$ 368.025	\$ 379.060	\$ 386.650	\$ 399.248	\$ 4.263.814	
CAMISILLAS	30	\$ 30.000	\$ 600.000	\$ 54.000	7	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 363.600	\$ 370.672	\$ 381.990	\$ 385.818	\$ 389.476	\$ 397.470	\$ 409.394	\$ 417.582	\$ 430.106	\$ 4.626.520	
TOTAL	780				260				\$ 37.759.196	\$ 38.514.388	\$ 39.469.812	\$ 40.066.510	\$ 40.467.175	\$ 41.276.518	\$ 42.514.814	\$ 43.365.110	\$ 44.666.063		
Ingresos operacionales	100%								\$ 37.759.196	\$ 38.514.388	\$ 39.469.812	\$ 40.066.510	\$ 40.467.175	\$ 41.276.518	\$ 42.514.814	\$ 43.365.110	\$ 44.666.063		

SOCIAL MEDIA

DIAGRAMA DE RELEVANCIA COMUNICATIVA



POINT OF PARITY VS. POINT OF DIFERENCE

	POINT OF PARITY	POINT OF DIFFERENCE
		SEGURIDAD Y PROTECCIÓN
	PASIÓN	
	EMPODERAMIENTO	
	VERSATILIDAD	

TOFU

AUMENTAR EN EL PLAZO DE 6 MESES, EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA EN LA MENTE DEL CONSUMIDOR EN UN 30% CON EL FIN DE ADQUIRIR MAYOR NÚMERO DE SEGUIDORES.

MOFU

CONSEGUIR QUE EL 7% DE LA COMUNIDAD DE SMART CROSS GENERE UN ENGAGEMENT CON NUESTRO CONTENIDO EN REDES SOCIALES.

BOFU

ALCANZAR UNA TASA DE CONVERSIÓN DEL 20% ANTES DE FINALIZAR EL 2024.

AUDIENCIAS

Mapa de públicos

Cientes actuales

- Ciclistas urbanos
- Ciclistas profesionales
- Clubs
- Usuarios scooter
- Corporativo

- Ciclistas urbanos

Cientes Potenciales

- Personas que asisten a eventos deportivos y competencias
- Personas conscientes del medio ambiente
- Personas que hacen ejercicio

- Aficionados

Cientes perdidos

- Personas que han dejado de montar por lesiones
- Cambio de preferencias
- Cambio de presupuesto

- Clientes perdidos

BRAND ESSENCE

BRAND ESSENCE

**La marca que te
mantiene seguro.**

CONCEPT

Deja tu huella

REASON WHY

Deja tu huella

Cuando recorremos el camino, dejamos nuestra huella, la cual marca nuestro paso por lugares y personas. Esta campaña, "Deja Tu Huella", tiene como objetivo inspirar a las personas a través de acciones que protejan sus vidas y las de los demás. Al dejar huella, estamos apoyando las acciones que todos debemos tomar para el bienestar colectivo y la protección del medio ambiente. Esta iniciativa nos invita a ser parte activa de la seguridad vial, recordándonos que es responsabilidad de todos.



CLIENTES
ACTUALES



Cientes actuales

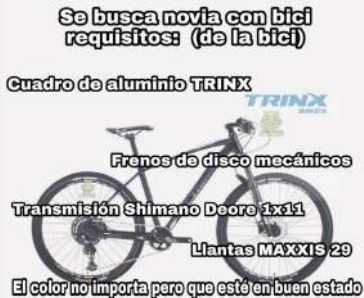


- Hay mucho tráfico
- Estoy gordo
- La gasolina esta muy cara
- Soy feo





Todos tenemos un recuerdo en bici !!



INSIGHTS

● *Deja tu huella*

Cientes Actuales

- Utilizan mucho tiempo montando en bicicleta. ●
- Descuidan a las novias por estar montando bicicleta.
- La gente que monta bicicleta es delgada.
- Le tienen devoción a su bicicleta.
- La disciplina, no importa cómo se sientan ellos salen a montar. ●
- Les talla la cola al montar mucho tiempo bicicleta.
- Les gusta exhibir que son los mejores. ●
- El "ya casi llegamos" rutas de larga duración.
- No les importa gastar mucho dinero en su bici.
- Las cosas de su bicicleta son costosas.
- No usan calzones.
- Son competitivos. ●
- Salen a rodar en grupo. ●
- Calidad de vida, al usar la bicicleta eres mas saludable y ahorras. ●
- Hay que pagar el precio para ser ciclista, siendo constante y resiliente. ●
- No es fácil iniciar y adaptarse a la rutina de un ciclista. ●
- El ciclismo es un pasión y amor verdadero. ●
- Los verdaderos ciclistas profesionales son muy delgados.
- Los accidentes en las carreras de ciclismo son constantes. ●
- Adoptan el deporte del ciclismo como una manera de enamorar e impresionar. ●
- Las parejas de los ciclistas se sorprenden de su pasión y entrega por el ciclismo.
- La transformación que hace en el cuerpo de los ciclistas es increíble.

PAINS

- No tienen tiempo para compartir en familia. ●
- Peleas con sus parejas.
- Practicar el ciclismo es costoso.
- Los accesorios de ciclismo son caros. ●
- Sufren accidentes constantes. ●
- Les afecta perder. ●
- La silla de los ciclistas es una tortura.
- Las familias se angustian cuando salen a rodar. ●
- No tienen comunicación cuando montan. ●
- El ciclismo es un riesgo constante para sus vidas. ●
- Es muy difícil la recompensa.
- La relación de pareja pasa a un segundo plano.
- El ciclismo no es para todos.
- La recuperación es más larga que la carrera.
- Es desgastante y doloroso. ●
- El reconocimiento es para los que llegan a la meta. ●
- La realidad del ciclista es muy dura.
- Es difícil llegar a ganar y vivir del deporte.
- Constantemente se sufre.
- No se disfruta lo que se vive cuando inicas.
- Si no están protegidos amenazan contra su vida.
- La vida se vuelve rutina.

AUDIENCIA

Cientes actuales

BRAND ESSENCE

La marca que te mantiene seguro.

CONCEPTO

Deja tu huella

IDEAS DE CONTENIDO

- Entrevistas con Expertos en Seguridad Vial (I5-P21): Realizar entrevistas con expertos en seguridad vial y ciclismo para proporcionar a los clientes de Smart Cross información valiosa sobre las últimas tendencias y tecnologías en seguridad para ciclistas. Todos tienen derecho a moverse por la ciudad de manera segura y sin preocupaciones.
- Videos Didácticos sobre Productos Innovadores (I12-P7): Crear videos cortos y dinámicos que muestren el funcionamiento y las características de los productos innovadores de Smart Cross, como luces intermitentes inteligentes, cascos con tecnología de detección de colisiones y dispositivos de navegación integrados.
- Historias de Éxito de Ciclistas Profesionales (I4-P20): Compartir historias inspiradoras de ciclistas profesionales que han alcanzado el éxito mientras priorizan la seguridad y la innovación en su equipamiento. Estas historias pueden incluir entrevistas, fotos y videos de entrenamientos y competiciones.
- Concursos y Desafíos de Seguridad (I17-P13) : Organizar concursos y desafíos en redes sociales donde los seguidores de Smart Cross puedan compartir sus mejores prácticas de seguridad, fotos de sus recorridos en bicicleta y testimonios sobre cómo los productos de la marca han mejorado su experiencia ciclista.
- Guía de Seguridad para Ciclistas (I14-P7): Crear una serie de publicaciones en el blog de Smart Cross que aborden consejos prácticos y medidas de seguridad para ciclistas, incluyendo temas como el uso de cascos inteligentes, sistemas de iluminación innovadores y técnicas de conducción defensiva.
- Subir contenido en redes sociales en donde la seguridad es nuestra máxima prioridad (I14-P5). Nos esforzamos por ofrecer soluciones avanzadas y vanguardistas que protejan a los ciclistas y usuarios de patinetas en todo momento, sin comprometer la comodidad ni el estilo, que busca protección sin renunciar a la estética y la innovación.

ruta del storytelling

EL HÉROE

Los ciclistas

QUE TIENE UN PROBLEMA

Su seguridad

Y CONOCE A UN GUÍA

SmartCross

QUE LE PRESENTA UN PLAN

Protégé tu vida
y la de los demás

CON UN LLAMADO A ACTUAR

Deja huella siendo
respetuoso con las
normas y cuidando de tu
seguridad

PARA EVITAR EL FRACASO

así evitaras
accidentes

Y ALCANZAR EL ÉXITO

y protegerás tu
vida, y alcanzaras
tus metas

SOCIAL MEDIA PLAN

VER EL PLAN AQUÍ

	Objetivos	Tipología de audiencia	Pains	Canal	Contenido	Eje	Pago/Orgánico
Objetivo TOFU Aumentar En el plazo de 6 meses, el posicionamiento de la marca en la mente del consumidor en un 30% con el fin de adquirir mayor número de seguidores	Audiencia 1: Clientes actuales		<ol style="list-style-type: none"> 1. El ciclismo es un riesgo constante para sus vidas. 2. Les afecta perder. 3. No tienen tiempo para compartir en familia. 4. El reconocimiento es para los que llegan a la meta. 5. Sufren accidentes constantes. 	META	Para pain1: Blog educativo, campaña deja huella (aumentar tu seguridad en la carretera) Estadísticas impactantes sobre accidentes de ciclismo y cómo prevenirlos.video testimonial de un ciclista (TOFU)	Educativo	ORGÁNICO
				META	Para pain 2: Campaña cívica en la vía, no pierdas lo más valioso, Tu vida, una campaña en la vía de reconocimiento por buenas prácticas en la vía respetando las normas y a los otros ciclistas, #DejaTuHuella (TOFU)	RSC	PAGO
				BTL	Para pain 3: evento BTL, llevar a las familias en un carro caravana en el que apoyan a sus familiares mientras los mantienen seguros en la vía, #DejaTuHuella llega seguro con los que AMAS	Atención al cliente	ORGÁNICO
				META	Para pain 4: campaña de reconocimiento a los ciclistas que compartan la importancia de cuidarse entre ellos, el verdadero reconocimiento no es llegar solo a la meta si no llegar juntos seguros, #DejaTuHuella (TOFU).	RSC	ORGÁNICO
				Linkedin	Para pain 5: Campaña de productividad sostenible en el tiempo. (TOFU)	RSC	ORGÁNICO
	Audiencia 2: Clientes Potenciales		<ol style="list-style-type: none"> 1. Frustración con el tráfico e inseguridad de la ciudad 2. Poco conocimiento en seguridad y normas viales 3. Alto costo de productos de ciclismo 4. Motivación momentánea 5. Ciclismo es un gasto elevado. 	META	Para pain 1: Campaña de información sobre el manejo de crisis que movilice a que la audiencia comparta este contenido con sus equipos para evitar percances en sus empresas. (TOFU)	Negocio	ORGÁNICO
				META	Para pain 3: Campaña de contenido para identificar qué tipo de Líder eres según ejemplos (TOFU)	Educativo	PAGO
				META	Para pain 4: Brindar consejos o tips que permitan mejorar la construcción de marca personal.(TOFU)	Educativo	PAGO

CONCEPTO



BRAND ESSENCE
la marca que te da seguridad

CONCEPTO
Deja tu huella
Cuida de tu seguridad y la de los demas
Deja tu huella en el camino junto a SmartCross

estabilidad

suelo

compañía	casco	protección	amor	confianza	hijos	Guia	Proyección	Ruta	movimiento	circulo	esfuerzo
dinero	SEGURIDAD	visible	lazos	FAMILIA	integración	Huella	CAMINO	Pasos	inclinado	RODAR	girar
candado	Familia	Envoltura	union	abrazos	tiempo	Travesia	Trayecto	Meta	aventura	fluir	llanta
presentación	confort	encerrado	camino	envolver	doblar	aventura	bicicleta	deporte			
regalo	ENVOLTURA	plastico	respiral	ENRROLLAR	secuencia	estilo	CICLISMO	comunidad			
enrollar	respaldo	riguidez	yoyo	material	girar	Disciplina	Pasión	diversión			

Deja tu huella
Cuida de tu seguridad y la de los demas
Deja tu huella en el camino junto a SmartCross

Smartcross te respalda
La marca que te acompaña en cada pedalazo

ve a lo seguro y se feliz ve a lo seguro y se feliz
que la caida no te coja sin seguridad
pasos para llegar a la meta
Primero tu bienestar



CLIENTES POTENCIALES



Cientes Potenciales



Quando pasas por la tienda de bicis, pero finges que no se te antoja nada... porque no tienes dinero.



SABES QUE LA REPARACIÓN VA A SALIR CARA CUANDO



SOLO TIENEN DE ESTAS MARCAS

Cientes Potenciales



"YO COMPRANDO MÁS ACCESORIOS PARA LA BICI" MI BOLSILLO:



"No pasa nada, mañana voy al gimnasio"



Quando tienes que ir al gym//Pero recuerdas que cuando duermes los músculos crecen



Cómo cuando te ganan la prenda que querías



Quando pasas por la tienda de bicis, pero finges que no se te antoja nada... porque no tienes dinero.



Quando compras ropa para hacer ejercicio



Pero sólo lo usas para dormir



-cuando se te pierde la que va delante de ti...



Acá esperando a que regresen esas ganas por hacer ejercicio.



CUANDO VES LA BICI DE TUS SUEÑOS



Y LUEGO VES EL PRECIO



Personas que aman hacer deporte en equipo

- Valoran la sensación de libertad y conexión con la naturaleza
- Ven el ciclismo como una forma de socializar y sentir apoyo por el mismo objetivo ●
- Consideran que estar en este deporte significa estatus por el precio
- Están dispuestos a invertir en equipos y accesorios de alta calidad para mejorar su experiencia en el ciclismo.

Personas que quieren disfrutar la ciudad sin estar en tráfico:

- Buscan una alternativa sostenible y rápida ●
- Valorizan la capacidad de moverse libremente por la ciudad, evitando los atascos de tráfico
- Priorizan la comodidad y la seguridad al viajar en bicicleta en entornos urbanos, buscando rutas seguras y bien mantenidas. ●
- Están interesadas en productos y accesorios que mejoren su experiencia de ciclismo urbano. ●

Amantes a la Facilidad y simplicidad

- Desean encontrar talleres de reparación de bicicletas que ofrezcan servicios de calidad a precios razonables y transparentes.
- Valorizan la disponibilidad de opciones de financiamiento o planes de pago flexibles para hacer que la compra de equipos de ciclismo sea más accesible.

Frustración con el tráfico e inseguridad de la ciudad ●

Poco conocimiento en seguridad y normas viales ●

Alto costo de productos de ciclismo.

Motivación momentánea.

El ciclismo es un gasto elevado.

AUDIENCIA

**Clientes
Potenciales**

BRAND ESSENCE

La marca que te mantiene seguro.

CONCEPTO

Deja tu huella

IDEAS DE CONTENIDO

- Reseñas de equipos y accesorios: Publica reseñas honestas y detalladas sobre bicicletas, cascos, ropa, luces, accesorios y tecnología relacionada con el ciclismo (I8-P4).
- Historias de éxito: Compartir historias inspiradoras de ciclistas que han integrado la bicicleta en su vida diaria, destacando los beneficios para la salud, el medio ambiente y la comunidad que han experimentado (I2-P2).
- Eventos/ culturales (I1-P2)
- Conocer de beneficios del ciclismo (I5-P1)
- BTL- Tutor de ciclismo - rodas en grupo (I7-P2)

CLIENTES PERDIDOS





Ciclista Millennial vs Ciclista taquero



- Se viste como joto
- Le tiene miedo a la lluvia
- Apenas le tocas el claxon y ya anda llorando
- Le haces algo y te graba para exponerte en face
- Su bici pesa poco para que no se cansa la nena
- No trae salsa

- Se viste bien chido
- No se awita con la lluvia
- Le tocas el claxon y te ofrece facos
- Si le haces algo te parte la madre en corto
- Su bici pesa pero trae facos
- Trae salsa de la que pica y de la que no pica

Acá esperando a que regresen esas ganas por hacer ejercicio.



COMO NOS VEN LOS NUESTROS **COMO NOS VE LA INDUSTRIA AUTOMOVILISTICA** **COMO NOS VEN DESDE EL TRANSPORTE URBANO**



UN AUTO MENOS **UN CLIENTE MENOS** **UN PASAJERO MENOS**


COMO NOS VE EL GOBIERNO **COMO NOS VE EL SISTEMA DE SALUD** **COMO NOS VEN LOS INSPECTORES MUNICIPALES**






MENOS IMPUESTOS **UN CARDIACO MENOS** **MENOS MULTAS**

Cientes perdidos



- Competencia: Clientes que se fueron a la competencia por precios más bajos, mayor variedad de productos o mejor servicio al cliente.
- Falta de satisfacción: Clientes que no estaban satisfechos con la calidad de los productos, la experiencia de compra o el servicio al cliente.
- Cambio de necesidades: Clientes que ya no necesitan los productos debido a un cambio en su estilo de vida o necesidades de ciclismo.
- Problemas con el producto: Clientes que experimentaron problemas con los productos de y no quedaron satisfechos con la respuesta de la empresa.
- Sedentarismo
- Sufren accidentes constantemente por lo que deben dejar el deporte 
- Personas que no se preocupan por el medio ambiente
- Falta de tiempo para realizar actividades deportivas
- Personas que les gusta estar solos
- Personas que prefieren compartir con su familia antes que hacer ejercicio

Precio:

- Falta de motivación
- Sedentarismo por lo que tienen problemas de salud
- Lesiones 
- Seguridad 
- Cambios climáticos 
- Precios altos: Los clientes perdidos consideran que los precios son demasiado altos en comparación con la competencia.
- Falta de ofertas y promociones: Los clientes perdidos creen que no ofrece suficientes ofertas y promociones para atraer a los clientes.
- Preferencia por deportes de equipo
- Falta de interés en actividades al aire libre
- Inversión de tiempo y dinero
- Experiencias negativas previas

AUDIENCIA

Cientes
Perdidos

BRAND ESSENCE

La marca que te mantiene seguro.

CONCEPTO

Deja tu huella

IDEAS DE CONTENIDO

- Testimonios de clientes: Compartir historias de clientes que redescubrieron este deporte. (I2-P6)
- Encuestas y preguntas en redes sociales: Involucrar a los clientes perdidos en la conversación y comprender sus necesidades e intereses específicos. (I3-P1)
- Blog (I8-P2):

"Pedalea hacia tu salud: Un nombre directo y positivo que resalta la mejora en la salud general."

"Aventura sobre ruedas: Descubre el mundo en bici: Un nombre que invita a la exploración y la aventura."

- Redes sociales (Instagram): (I3-P2)
"¡Extrañamos verte! ¿Te animas a volver a pedalear con nosotros? Sigue adelante que nada te detenga. Tenemos una oferta especial para clientes que regresen. ¡Visita nuestra tienda para más información!"

- Email marketing: (I2-P5)
"Oferta especial para ti: 20% de descuento en tu próxima compra."

ANALÍTICA Y TOMA DE DECISIONES



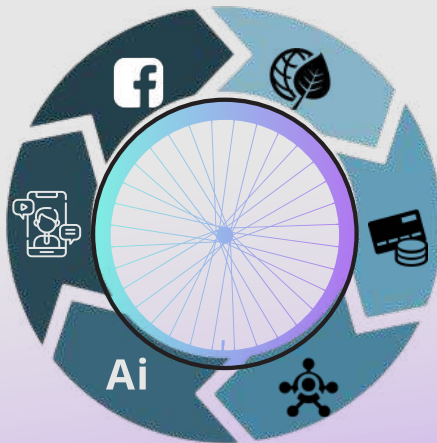
¿QUÉ ESTÁ PASANDO EN EL MUNDO DIGITAL?

OPORTUNIDADES GENERALES

Dominio de FB
RRSS + popular con un 88% de usuarios activos.¹

Digital Fitnes y bienestar
7,43 millones
Influencer advertising
\$65.39 millones ¹

Inteligencia Polémica
Para el 2025 se calcula que el 90% de todo el contenido online será generando por la inteligencia artificial³



La sostenibilidad
El valor que impulsa el consumo, ha ganado más del 50% de LAC comprometida con el medio ambiente.²

Canales
Hipermercados y mayoristas lideran ganancias +13%
Tarjetas para compras débito y crédito contribuyen a +27% ²

Crecimiento del comercio social
62,3% han realizado compras a través de redes sociales.²

AUDIENCIA-SOCIAL MEDIA

F

de usuarios

**36.70**
millones

Alcance

70.3%

Crecimiento

3.2 (+9.6%)
millones
usuarios 2023 - 2024**IG**

de usuarios

**20.05**
millones

Alcance

38.4%

Crecimiento

2.3 (+13.0%)
millones
usuarios 2023 - 2024**YT**

de usuarios

**30.30**
millones

Alcance

58.0%

Crecimiento

400 (-1.3%)
mil usuarios 2023 - 2024**Tk**

de usuarios

**27.31**
millones

Alcance

70.1%

Crecimiento

7.2 (+35.8%)
millones
usuarios 2023 - 2024

TENDENCIAS

85% de las compañías usan **inteligencia artificial** para generar contenido en redes sociales.¹

24% de ciudadanos en Estados Unidos **no confían** en los medios de comunicación, el uso de **Tik Tok** esta en aumento para mantenerse informado.¹

Las generaciones jóvenes están priorizando el autocuidado y creen cada vez más en el "poder de manifestar", con un aumento del **38%** entre la Generación Z en los últimos tres años.¹



La importancia de mantener **conexiones humanas** en un mundo dominado por la tecnología.³

43% de los usuarios usa internet en Colombia para educación y aprendizaje.²

Los consumidores están abandonando marcas que no se alinean con sus **valores personales**, lo que resalta la importancia de que las marcas conecten emocionalmente con su audiencia.³

TAKES AWAY

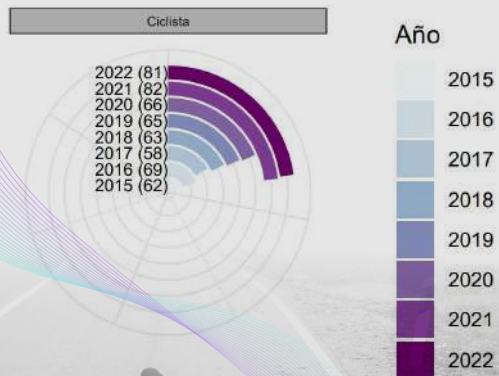
Hallazgos

- Se recomienda hacer uso de Tik Tok ya que se identificó un crecimiento exponencial en +35.8% y un alcance del 70.1% en comparación con las demás redes sociales.
- Se recomienda hacer el buen uso de la inteligencia artificial ya que se identificó que reina en la generación de contenidos en las redes sociales en un 85%.
- Se recomienda utilizar contenido en educación y aprendizaje ya que el 43% de los colombianos consumen este contenido en internet.
- Se recomienda realizar conexión emocionalmente con la audiencia, generando acciones estratégicas día a día, realizando seguimiento que se acoplen a los valores de los usuarios.



¿QUÉ ESTÁ PASANDO EN EL SECTOR DEL CILISMO?

TASA DE ACCIDENTALIDAD



APRENDIZAJE DE LA INVESTIGACIÓN

Colombia



Aumento de accidentes

En 2022, frente al promedio de 2015 a 2019 en ciclistas.



Fatalidades de ciclistas

Ocurrieron en siniestros con vehículos pesados (transporte público y transporte de carga).

4 días

11 horas

1 ciclista fallece

Cada 3 horas 47 minutos

Se reportan 6 usuarios de bicicleta heridos por siniestros viales.

DATOS DE SECTOR

Colombia

Usuarios bicicleta

1,8

Millones en 2021¹

Bogotá

El mercado global de

ropa deportiva

valorado en

US\$425.500

Millones en 2022²

Proyecta alcance

US\$771.800

Millones en 2023

Con un
crecimiento de 28%²

Durante la pandemia, las
ventas de bicicletas
aumentaron un

5000%

impulsando el mercado
de ropa y accesorios de
ciclismo.²

43%

Crecimiento anual en
Colombia en ciclismo

70%

Hombres

30%

Mujeres²

- En máximo 5 años se espera que el mercado de la ropa deportiva llegue a Asia Pacifico²
- Principales destinos de consumo de ropa deportiva son los Estados Unidos y Ecuador.²

1- Fuente Bogotá: <https://confidencialcolombia.com/lo-mas-confidencial/boom-de-bicicletas/2021/10/20/>

2- (Procolombia, 2021)
(Forbes Staff, 2021)
(Gutiérrez, 2023)
(Procolombia, 2023)
(Latinoamérica Hosting, s. f.)

TAKES AWAY

Hallazgos

- La relación histórica del país con el ciclismo, está presente en la cultura nacional, lo cual le permite ser una referente mundial para la práctica este deporte y la producción de ropa y accesorios para ciclismo.
- El uso de la bicicleta tiene un gran impacto en el país, lo cual le va a permitir a la industria de ropa deportiva y accesorios para ciclismo tener un crecimiento positivo para la industria.
- La ropa y accesorios de ciclismo de confección colombiana tiene una gran acogida en países como Estados Unidos, Costa Rica, Corea del Sur, México y Chile, Ecuador, Canadá y Bélgica.
- El mercado de la ropa deportiva facturará en el mundo, US\$772.000 millones en 2032.
- Se espera un crecimiento anual compuesto de la industria en 6,2% desde el 2023 hasta el 2032, siendo un crecimiento significativo para las empresas.

(Gutiérrez, 2023)

COMPETENCIA DIGITAL



VISIÓN GENERAL DEL MERCADO Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

1

Consolidación del mercado

TAM Año 2023	200 a 400 M
Proviz	50,4 %
Go rigo go	45,1 %
Safetti	4,3%

2

Audiencia del mercado

Tamaño Familia <i>3-4 Personas</i>	39,78%
Intereses deportivos	99,17%
Social Media (Youtube)	81,31%

3

Audiencia del mercado

Edad	25 - 34 años
Hombres	56,35 %
Mujeres	43,65 %
Bachillerato	45,91%
Ingresos bajos	56,35%

4

Competencia digital

Proviz Gorigogo Safetti

Directo	57,9%	40,19%	4,37%
Referido	81,46%	12,73%	1,91%
Orgánico	42,08%	48,46%	5,81%
Pago	63,3%	35,11%	9,45%
SEM Orgánico	11,59%	74,2%	1,52%
SEM Pago	10,08%	89,92%	14,21%

5

Visitas

Safetti	39,686
Proviz	483,538
Go rigo go	317,619

VISIÓN GENERAL DEL MERCADO Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

6

Canales de Marketing

Safetti	34,389
Proviz	428,568
Go rigo go	297,159

7

Distribución de dispositivos

	Desktop / Mobile
Safetti	22,2% / 77,8%
Proviz	16,4% / 83,6%
Go rigo go	34,0% / 66,0%

8

Palabras clave

	Traffic share
Go rigo go	18,63%
Proviz	4,10%
Cargaderas	1,57%

9

Top Publishers

Publisher	Total share
runnersworld.com	18,87%
road.cc	3,92%
ui.awin.com	1,62%

HALLAZGOS - RECOMENDACIONES SMARTCROSS

Encontramos que familias con miembros de de 3-4 ocupan un 39.78% de participación

Smartcross debe enfocar sus esfuerzos al público masculino ya que tiene una participación alta en el mercado 56.36%

Unos de los datos demográficos más relevantes que encontramos es que smartcross debe enfocar su estrategia de mercado en personas con ingresos bajos

Los rodadores

13.300 K - 15.700 K
Aprox



● **Edad:** 25- 34 Años (24,9% de los usuarios en internet)

Sexo: Masculino 53%. Femenino 47%

Ubicación: Colombia Latitud 4,66 Longitud -74,04 Bogotá (+16km)

Nivel Educativo: Educación obligatoria o bachillerato 45,91%

● **Motivaciones:**

Intereses: Productos deportivos 99,17%

Software y desarrollo de ordenadores 75,29%

Educación 83,42%

Finanzas 71,81 %

Tiendas 87,56%

● **Barreras:**

Situación de empleo: Trabajo a tiempo completo 49,56%.

Desempleado: 12,29 %

Ingresos familiares: Bajo 56,92 % - Medio 32,51 % - Alto 10,57 %

PALABRAS CLAVE

Más relevante



- Ropa de ciclismo en Bogotá
- Tiendas de ciclismo en Bogotá.
- Clubes de ciclismo en Bogotá.
- Rutas de ciclismo en Bogotá.
- Escuela de ciclismo en Bogotá para niños.
- Escuela de ciclismo en Bogotá
- Badanas ciclismo en Bogotá
- Zapatillas ciclismo en Bogotá
- Suarez ciclismo en Bogotá
- Entrenar ciclismo en Bogotá
- Ciclismo urbano en Bogotá
- Ciclismo en Bogotá hoy
- Ciclismo en Bogotá.

Menos relevante



**Volumen de
búsqueda:**

90

Costo por clic:

0,17



SMART CROSS



ESTRATEGIA DIGITAL

OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA

Posicionar a Smart Cross como líder en accesorios de ciclismo en Colombia, logrando 10% de engagement, visitas en la página con un alcance de 44k - 126k personas y 221 K - 2,4M de impresiones anuales, enfocados en hombres y mujeres de 25-34 años mediante contenido dinámico en redes sociales y campañas de google ads.



RESULTADO CLAVE:

\$130.000.000



IMPRESIONES

TAM
4%

Inversión
\$58.000.000

Alcance
221 K - 2,4 M

VISITAS

Alcance
44 K - 126 K

Inversión
40.000.000

Clics
686 - 2,0 K

ENGAGEMENT

Alcance
32.000.000

Alcance
13 K - 37 K

Engagement
10%

CTR
1,3 K - 3,8 K

IMPRESIONES



OBJETIVO RECONOCIMIENTO

- **Redes Sociales e Influencers**

Colaboración con influencers, con contenido específico y estableciendo grupos exclusivos para suscriptores con contenido y descuentos. **IG FC**

40%

- Auge de anuncios de video, incrementando el tráfico en la web, preferencia en conocer nuevos productos y servicios incrementando las ventas. You tube y Tik Tok realizando recomendaciones y consejos. **TK YT**

35%

- **Podcast y Participación de la Audiencia**

Lanzar un podcast de ciclismo con entrevistas y consejos, promocionando productos con descuentos exclusivos y fomentando la participación de la audiencia

25%

RESULTADO CLAVE:

VISITAS

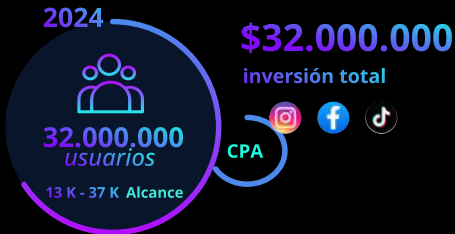


OBJETIVO CONSIDERACIÓN

- Captura de un gran volumen de datos en tiempo real y al análisis posterior. pixel de seguimiento, remarketing y ofertas 20%
- Contenido basado en Social Listening, palabras clave e insights de la marca. para crear **campañas en google ADS** y tendencias de marketing de contenido. 40%
- Tendencias de E-commerce. decisión de compra en whatsapp- Ecommerce, Uso de chat bot para facilitar la compra por WhatsApp 40%

RESULTADO CLAVE:

ENGAGEMENT **3%**



OBJETIVO CONSIDERACIÓN

- Marketing automatizado y optimizado impulsado por la IA, permitiendo análisis de datos y experiencia personalizada. **IG FC**

30%

- **Anuncios Conversacionales y Comparativas de Productos** Uso de anuncios conversacionales en Microsoft Advertising con tablas comparativas. Personalización de anuncios de chat con IA, y expandir la audiencia con segmentación precisa. **ADS**

30%

- contenido en **social media** con ayuda de la realidad aumentada para generar personalización de los uniformes. **IG FC TK**

40%

INVERSIÓN X CANAL



Reconocimiento - Impresiones			
Inversión total	Redes Sociales e Influencers	Videos	podcast
\$ 58,000,000	40%	35%	25%
\$ 23,200,000		\$ 20,300,000 	\$ 14,500,000
\$ 11,600,000		\$ 8,120,000	
\$ 11,600,000			
		\$ 12,180,000	

Reconocimiento - Engagement			
Inversión total	IG FC TK	ADDS	IG FC TK
\$ 32,000,000	30%	30%	40%
\$ 9,600,000		\$ 9,600,000	\$ 12,800,000 
\$ 2,880,000			\$ 3,840,000 
\$ 2,880,000			\$ 3,840,000 
\$ 3,840,000			\$ 5,120,000

Reconocimiento - Visitas			
Inversión total	google	google adds	whats app
\$ 40,000,000	20%	40%	30%
	\$ 8,000,000	\$ 16,000,000	\$ 12,000,000

INFORME DE ESTRATEGIA DIGITAL



HACIA DÓNDE VAMOS

Reconocimiento

Visitas

Engagement

221 K - 2,4 M

44 K - 126 K

13 K - 37 K

Métricas meta año

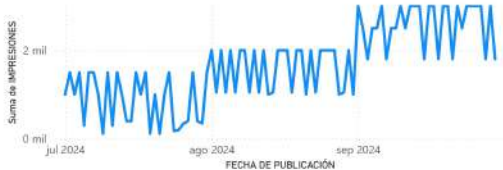
OBJETIVOS	RESULTADO CLAVE PRIMER TRIMESTRE		
RECONOCIMIENTO DE MARCA	RECONOCIMIENTO DE MARCA		
Incrementar el reconocimiento de marca a través de campañas publicitarias dirigidas.	Alcanzar entre 55,250 y 600,000 personas con nuestras campañas de reconocimiento.	Lograr una inversión eficiente de 14.5 millones en medios publicitarios para maximizar el alcance.	
VISIBILIDAD			
Aumentar la visibilidad de la Smart Cross en plataformas digitales clave.	Alcanzar entre 11,000 y 31,500 personas a través de campañas de visitas.	Obtener entre 171 y 500 clicks en nuestros anuncios para redirigir tráfico a nuestro sitio web.	
ENGAGEMENT	ENGAGEMENT		
Fomentar un mayor engagement con el contenido de la marca en redes sociales y plataformas digitales.	Alcanzar entre 3,250 y 9,250 personas con nuestras campañas de engagement.	Lograr que entre 325 y 925 personas interactúen con nuestro contenido (10% de engagement del alcance).	Obtener un CTR de entre 350 y 950 clicks en nuestro contenido, con una inversión de 8 millones.

Resultados importantes

Suma de IMPRESIONES por FECHA DE PUBLICACIÓN

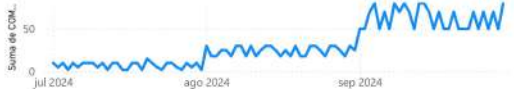


Suma de IMPRESIONES por FECHA DE PUBLICACIÓN



comentarios / respuestas/ share / retweet by fecha de publicación

Se muestran resultados para: *Comentarios / respuestas/ share / retweet sorted by fecha de publicación*



¿Le ha parecido útil?  

Impresione

155 mil

Suma de IMPRESIONES

¿Le ha parecido útil?  

total clics

685



Suma de CLICS

¿Le ha parecido útil?  

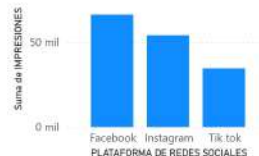
comentarios / respuestas/ share / retw

2859

Suma de COMENTARIOS / RESP...

¿Le ha parecido útil?  

Suma de IMPRESIONES por PLATAFORMA DE REDES SOCIALES



Suma de CLICS por LLAMADOS A LA ACCIÓN



me gusta

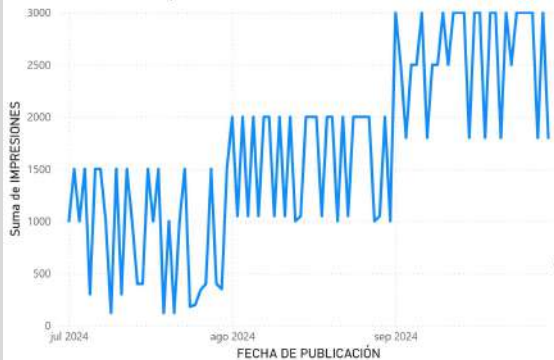
22 mil

Suma de ME GUSTA / FAVORITOS

¿Le ha parecido útil?  

Resultados Impresiones / Alcance

Suma de IMPRESIONES por FECHA DE PUBLICACION

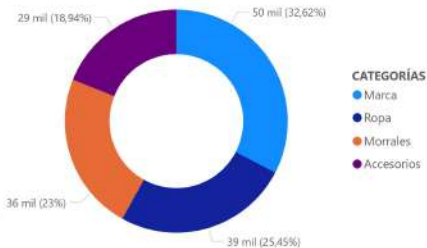


Alcance
155 mil

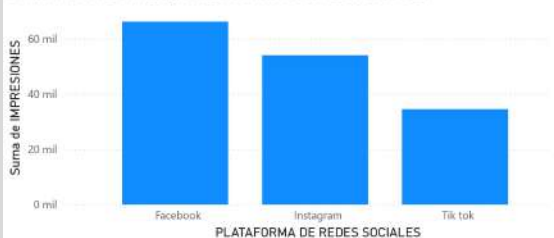
Suma de IMPRESIONES

¿Le ha parecido útil?  

Suma de IMPRESIONES por CATEGORÍAS



Suma de IMPRESIONES por PLATAFORMA DE REDES SOCIALES



Visitas

clics by fecha de publicación

Se muestran resultados para: clics sorted by fecha de publicación



¿Le ha parecido útil?  

Suma de CLICS por LLAMADOS A LA ACCIÓN



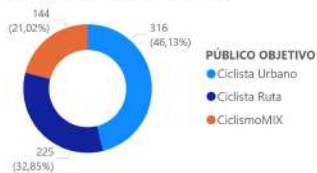
total clics

685

Suma de CLICS

¿Le ha parecido útil?  

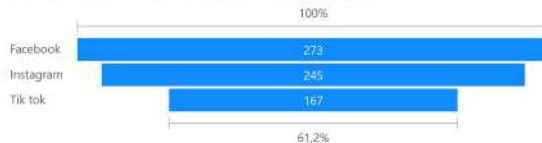
Suma de CLICS por PÚBLICO OBJETIVO



Suma de CLICS por SUBCATEGORÍAS

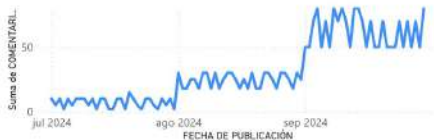


Suma de CLICS por PLATAFORMA DE REDES SOCIALES



comentarios / respuestas/ share / retweet by
fecha de publicación

Se muestran resultados *Comentarios / respuestas/ share / retweet sorted by fecha de publicación* para:



¿Le ha parecido útil?  

comentarios / respuestas/ share / retweet

2859

Suma de COMENTARIOS / RESPUESTAS/ SHARE / RETWEET

¿Le ha parecido útil?  

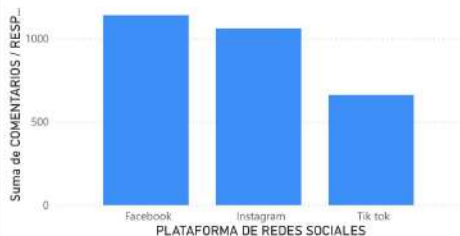
me gusta

22 mil

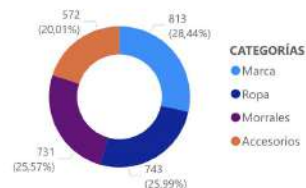
Suma de ME GUSTA / FAVORITOS

¿Le ha parecido útil?  

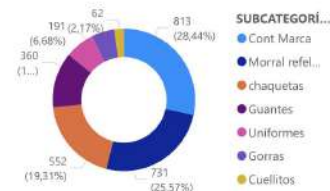
Suma de COMENTARIOS / RESPUESTAS/ SHARE / RETWEET por PLATAFORMA DE REDES SOCIALES

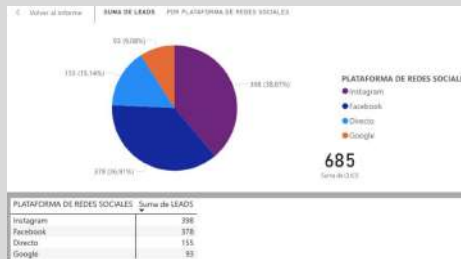
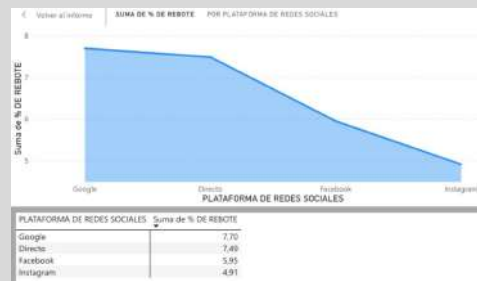


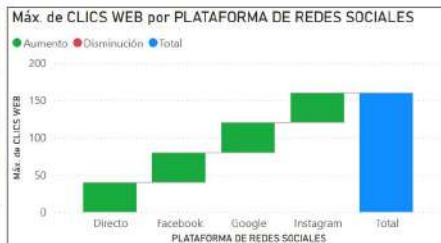
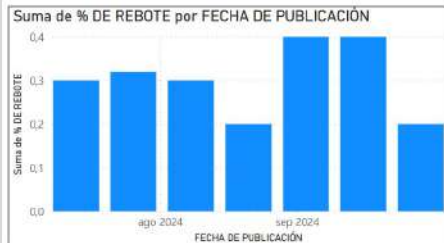
Suma de COMENTARIOS / RESPUESTAS/ SHARE / RETWEET por CATEGORÍAS



Suma de COMENTARIOS / RESPUESTAS/ SHARE / RETWEET por SUBCATEGORÍAS







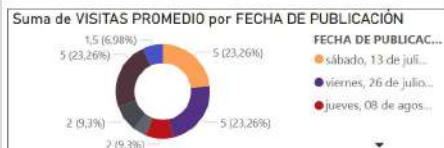
Suma de PAGINAS VISTAS REDES SOCIALES

Plataforma de Redes Sociales	Suma de PAGINAS VISTAS
Directo	17
Facebook	5
Google	15
Instagram	15
Total	52



52
Suma de PAGINAS VISTAS

280
Suma de CLICS WEB



- ### CLICS WEB, PAGINAS VISTAS
- 19
 - 20
 - 25
 - 28
 - 29
 - 30
 - 31
 - 40



RESULTADOS RELEVANTES

Resultados Impresiones / Alcance

- Se alcanzaron **155 mil impresiones** en el trimestre.
- El objetivo anual es de **221k - 2,4M** impresiones, por lo que el trimestre cubrió entre el **6,5%** y el **70%** de ese rango objetivo.

Visitas

- Se alcanzaron **más 29mil visitas** en el trimestre estando en el rango establecido.
- La plataforma con más vistas promedio es **Facebook con 220,60**

Engagement

- Se obtuvieron **22 mil "me gusta"** y **2,859 comentarios/respuestas/shares/retweets** en el trimestre.
- El objetivo anual de engagement es **10%** con un alcance de **13k - 37k**.
- Con **155 mil** impresiones, un **10%** de engagement sería entre **15,500 - 44,100**.
- Las interacciones reportadas de **24,859** caen dentro de este rango objetivo.

CTR

- Se reportan **685 clics** en el trimestre.
- El objetivo anual de CTR es de **1,3k a 3,8k** clics.
- El trimestre cubrió entre el **18% y el 53%** de este rango objetivo.

ANÁLISIS

- El alcance de impresiones supera las 155mil, validando que la categoría que tiene mayor participación es la marca (32,62%), seguido de la categoría de ropa (25,45%), dato que confirma el objetivo de la propuesta de marketing.
- La plataforma con mayor alcance es Facebook superando las 60mil impresiones.
- Para lograr el objetivo de la estrategia de marketing contamos con 685 clicks, de los cuales el público objetivo es el ciclista urbano con una participación del 46,13%, seguido del ciclista de ruta con una participación de 32,85%.
- La suma de clicks por sub-categorías y el que más aporta a la estrategia de marketing es el contenido de marca.
- Los clicks con más llamados a la acción tiene es: “unete al equipo smartcross”
- El engagement promedio obtenido en Social Media corresponde al 10% de lo propuesto en la estrategia inicial, se tiene en cuenta para seguir mejorando el resultado.
- La fuente de tráfico con mayor participación de leads es Instagram con un 38.87%
- La tasa de mayor rebote es google con un 7.7%

Conclusiones

A lo largo de este proyecto hemos logrado analizar en profundidad el impacto que tiene el entorno digital en los procesos de marketing, los resultados obtenidos evidencian que la implementación y el uso de estrategias digitales permiten un mayor desempeño en las organizaciones, lo cual ha mejorado significativamente la eficiencia en las organizaciones, permitiendo la toma de decisiones más rápida y precisa.

Fue muy gratificante poder tener una perspectiva más clara en estrategias de marketing, ya que, en el mundo del emprendimiento, estas se aterrizan con conceptos y variables que se deben contemplar para toma de decisiones, lo cual nos permite ver su aplicación en el mundo real.

Hemos podido tener una visión más general del mundo digital de hoy en día, lo cual nos abre una puerta muy importante al mundo de la IA y el uso de herramientas digitales, que permiten tener data para el análisis de los diferentes mercados y sus trayectorias, además de identificar oportunidades únicas en cada contenido, donde la meta en un futuro será llegar a mercados mundiales.

La especialización nos proporcionó una comprensión profunda de todo el proceso de marketing a través de la realización de un proyecto real. Este enfoque práctico nos permitió no solo entender el funcionamiento del trabajo en equipo, sino también observar cómo se potencian las habilidades individuales de cada miembro. Si bien algunas materias podrían haberse beneficiado de un mayor énfasis en lo práctico en lugar de lo teórico, en general, la experiencia nos deja un valioso y de muchos aprendizajes tanto para la vida personal como profesional.

Bibliografía

- CDC, C. F. D. C. A. P. (2024, mayo 28). Bicycle Safety. Pedestrian, Bicycle, and Motorcycle Safety. <https://www.cdc.gov/pedestrian-bike-safety/about/bicycle-safety.html>
- Forbes Staff. (2021, junio 15). Ventas de artículos de ciclismo colombianos se disparan en el exterior. Forbes Colombia. <https://forbes.co/2021/06/15/negocios/ventas-de-articulos-de-ciclismo-colombianos-se-disparan-en-el-exterior/>
- Gutiérrez, S. (2023, noviembre 25). Un sorprendente mercado. Diario La República. <https://www.larepublica.co/analisis/santiago-gutierrez-3755610/un-sorprendente-mercado-3755442>
- Hubbard, K. (2021, mayo 12). Cyclists, Be Aware in These States. US News & World Report. <https://www.usnews.com/news/best-states/articles/these-are-the-most-dangerous-states-for-cyclists>
- Isaza, J. (2024). Tendencias 2024 DDB LATINA. D D B L A T I N A. https://www.latinspots.com/files/Institucional_LatinSpots/Tendencias2024_JuanIsaza.pdf / www.juanisaza.com.
- Kantar. (2024, febrero 21). El Horizonte del Consumidor Latinoamericano. turtl.co. <https://kantar.turtl.co/story/el-horizonte-del-consumidor-latinoamericano-p/page/1>
- Kemp, S. (2024). DataReportal – Perspectivas digitales globales. Kepios, We Are Social y Meltwater . <https://datareportal.com/reports/digital-2024-colombia>
- Latinoamérica Hosting. (s. f.). Hosting en Colombia. Latinoamérica Hosting Colombia. Recuperado 28 de mayo de 2024, de <https://www.latinoamericahosting.com.co/>
- Mintel. (2023). Tendencias Globales del Consumidor 2024. Mintel Group Ltd. <https://es.mintel.com/tendencias-globales-del-consumidor>
- Procolombia. (2021, junio 21). El buen momento de los ciclistas colombianos en el exterior impulsó las exportaciones de productos deportivos. Prensa Procolombia. <https://prensa.procolombia.co/el-buen-momento-de-los-ciclistas-colombianos-en-el-exterior-impulso-las-exportaciones-de-productos>
- Procolombia. (2023, julio 7). Conozca la oferta de Colombia en ropa deportiva para ciclistas. Colombia Trade. <https://www.colombiatrader.com.co/noticias/conozca-la-oferta-de-colombia-en-ropa-deportiva-para-ciclistas>
- Secretaría Distrital de Movilidad. (2023). Anuario de Siniestralidad Vial de Bogotá 2022 Sexta edición. Secretaría Distrital de Movilidad. https://www.movilidadbogota.gov.co/web/sites/default/files/Paginas/02-12-2023/anuario_siniestralidad.pdf
- Vanegas, Karen, Salazar, M., & Zapata, P. (2023). DIAGNÓSTICO BITURE S.A. Universidad Externado de Colombia, Facultad de Administración.