

# SUPERPET

peludos felices si nos eliges

 <https://www.superpet.club/>

 <https://lc.cx/rpxp-8>

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

# INDICE



**PRESENTACIÓN**



**AÑO 2020**



**AÑO 2021**



**AÑO 2022**



**AÑO 2023**



**AÑO 2024**



# NUESTRO SERVICIO

## ¿QUÉ NOS DIFERENCIA?

Nuestro objetivo es que nuestros clientes se sientan identificados con un estilo de vida centrado en el mimo y la felicidad de sus mascotas. Por ese motivo nos esforzamos para garantizar la excelencia en cada aspecto de nuestro servicio.

 **ENVÍOS EN 24-72h**

 **+50 MARCAS DE ALIMENTACIÓN NATURAL**

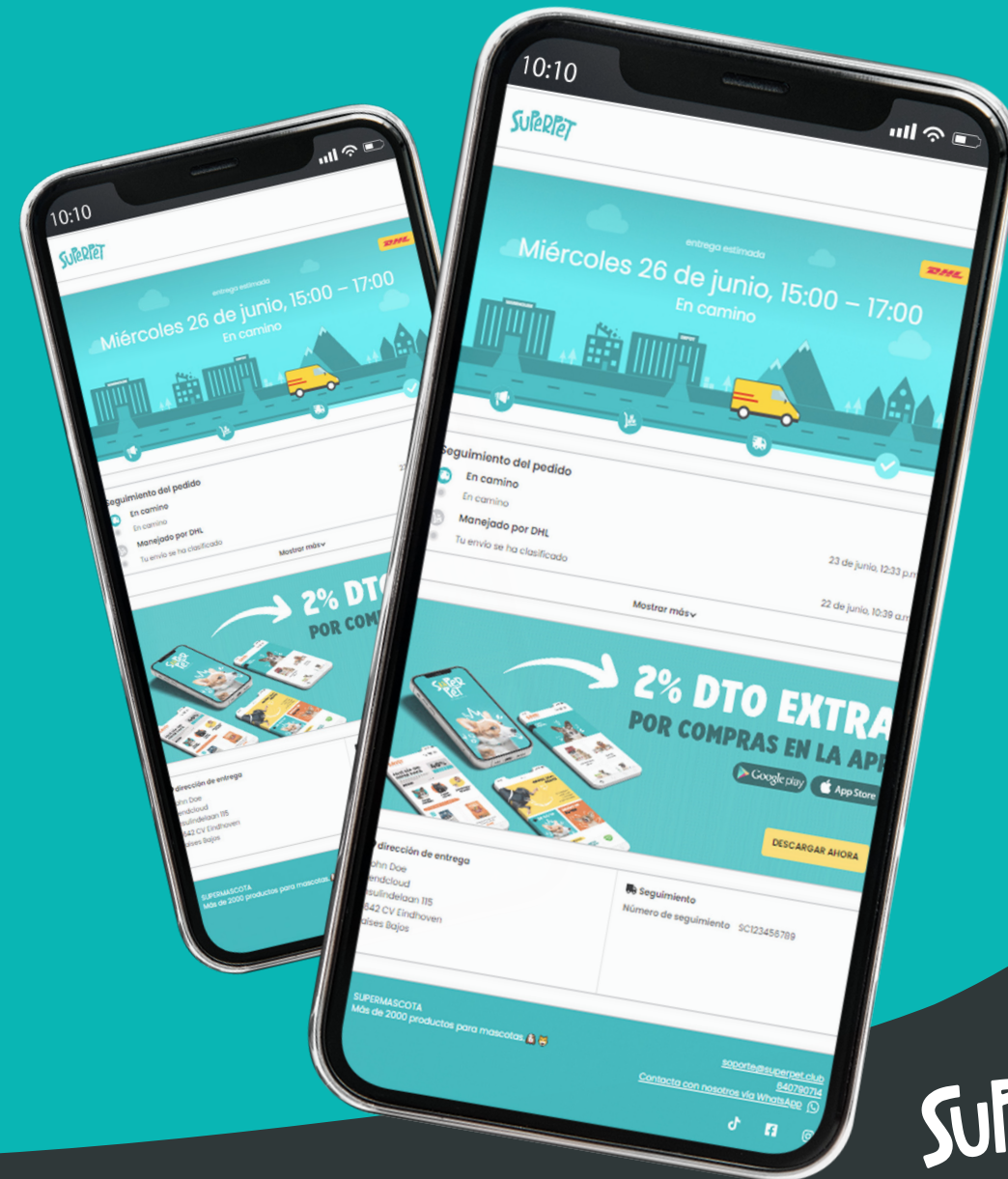
 **ATENCIÓN AL CLIENTE PERSONALIZADA**

 **SEGUIMIENTOS DE PEDIDO EXCELENTES**  
Trabajamos todo el customer journey desde el momento de la compra hasta la entrega del pedido a través de nuestro sistema. Aprovechamos para impactarle en momentos clave tales, tanto en las confirmaciones como en los mensajes de seguimiento del pedido fomentando así una nueva compra.

 **LOS MEJORES PRECIOS DE INTERNET  
& REGALOS ESPECIALES**

 **FINANCIACIÓN DE COMPRAS**

**+10.000**  
clientes satisfechos



**SUPERPET**

# LAS CIFRAS NOS DAN UNA IDEA...



 **200.772,51 €**  
facturación (SIN IVA)

 **4.814**  
pedidos

↑55,88%



 **1.813.515,05 €**  
facturación (SIN IVA)

 **38.541**  
pedidos

??



**PREVISIONES:**  
 **+/- 4.100.000 €**  
facturación (SIN IVA)

↑464,98%



 **1.134.316,97 €**  
facturación (SIN IVA)

 **24.914**  
pedidos

↑75,75%



 **3.187.258,60 €**  
facturación (SIN IVA)

 **63.862**  
pedidos



## NUESTRO SERVICIO

**...PERO REALMENTE...  
SON NUESTROS CLIENTES  
QUIENES NOS AVALAN**

**4,7**  
★★★★★  
1.146 reseñas

★★★★★ Hace 5 meses

Todo perfecto. El mejor precio, envío rápido y siempre informada de estado del pedido.

★★★★★ Hace 4 meses

Inmejorable. Envío súper rápido y sin gastos de envío. Pienso seguir comprando aquí.

★★★★★ Hace un mes

Muy recomendable. Mejor precio del producto que buscaba, envío rápido y en perfectas condiciones. La app funciona correctamente.

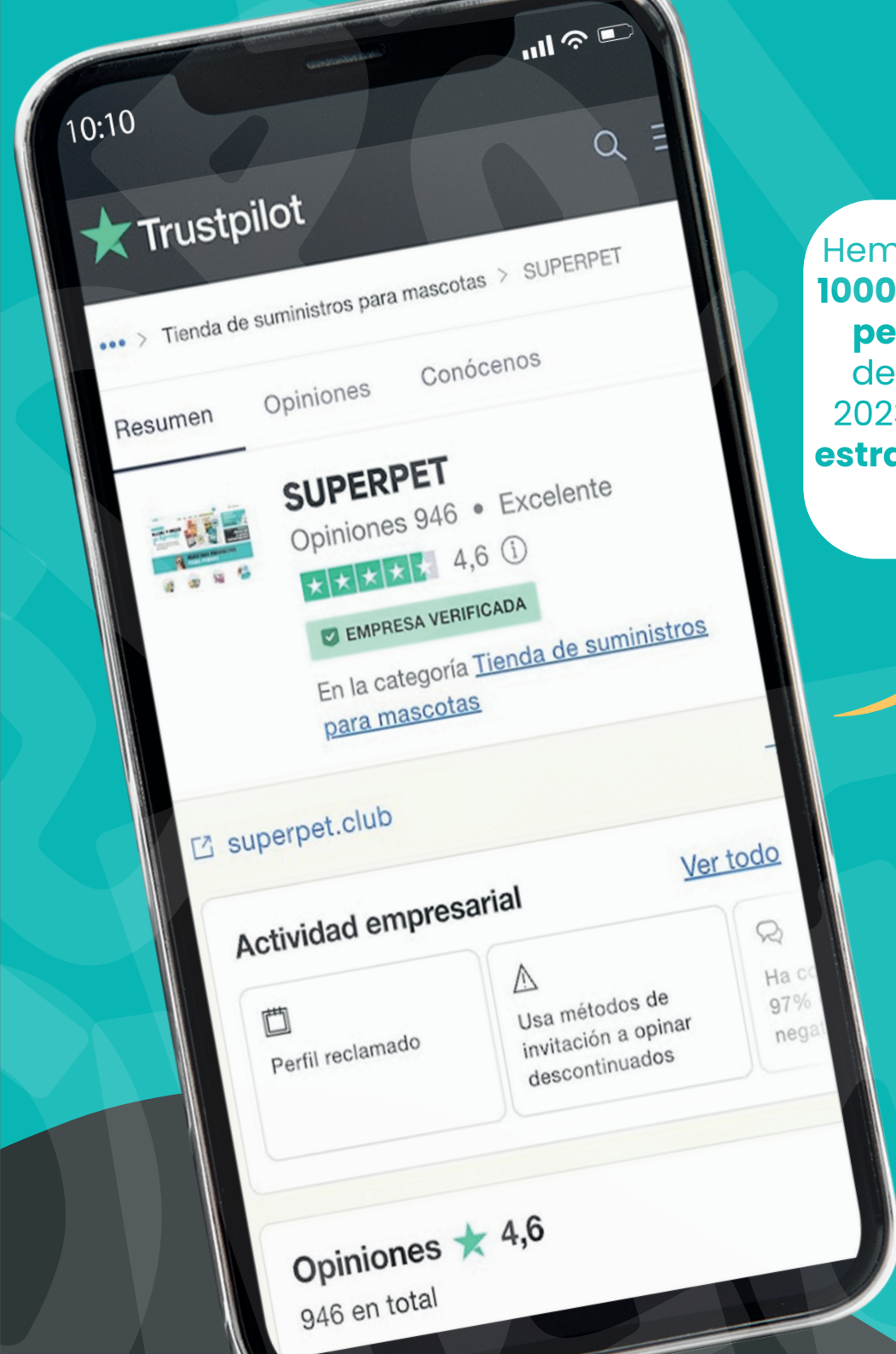
## ¿COMO LO HEMOS CONSEGUIDO?



Quando eliges Superpet, eliges un **compromiso con la calidad, el servicio excepcional y, sobre todo, el amor por los animales.**

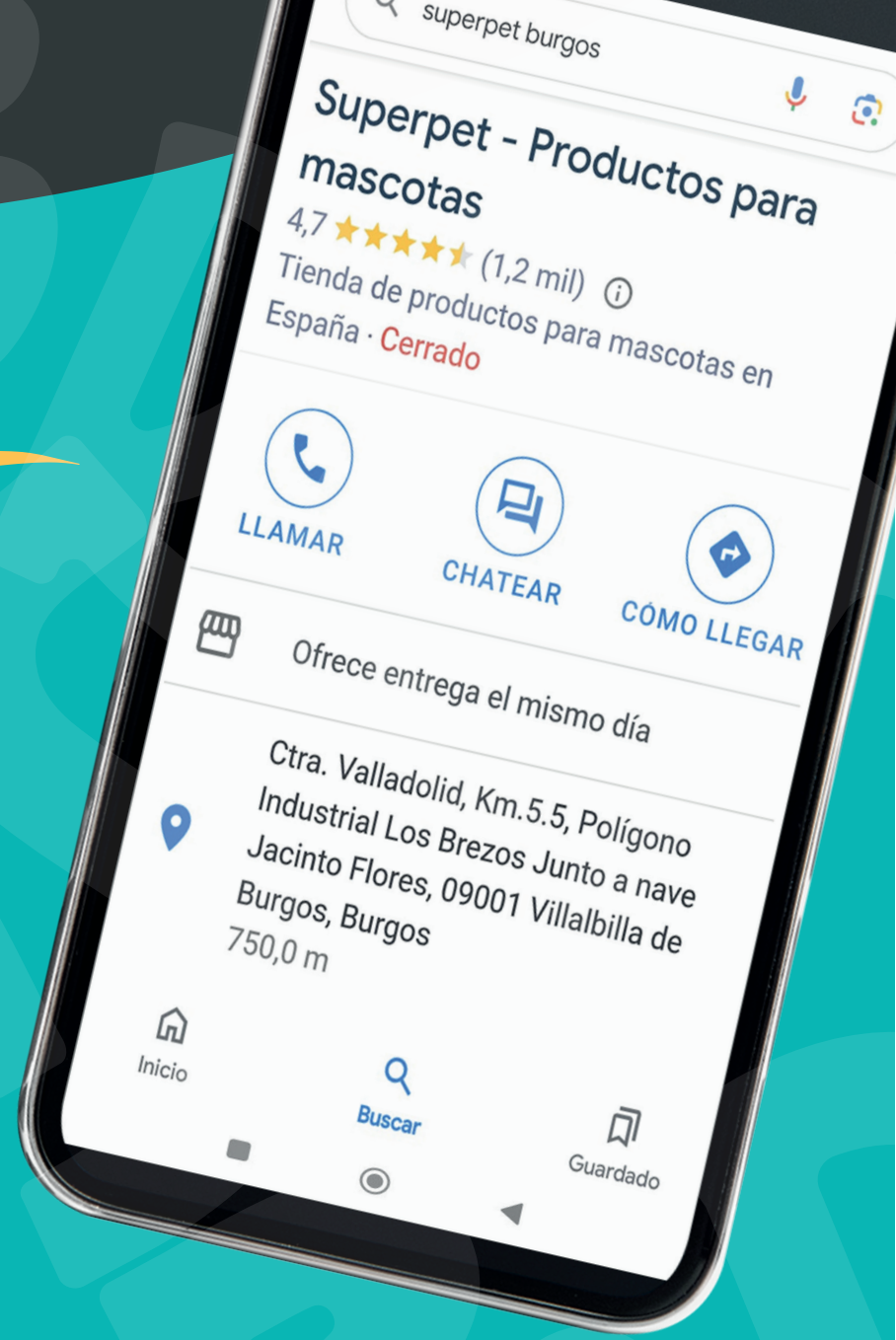


**SUPERPET**



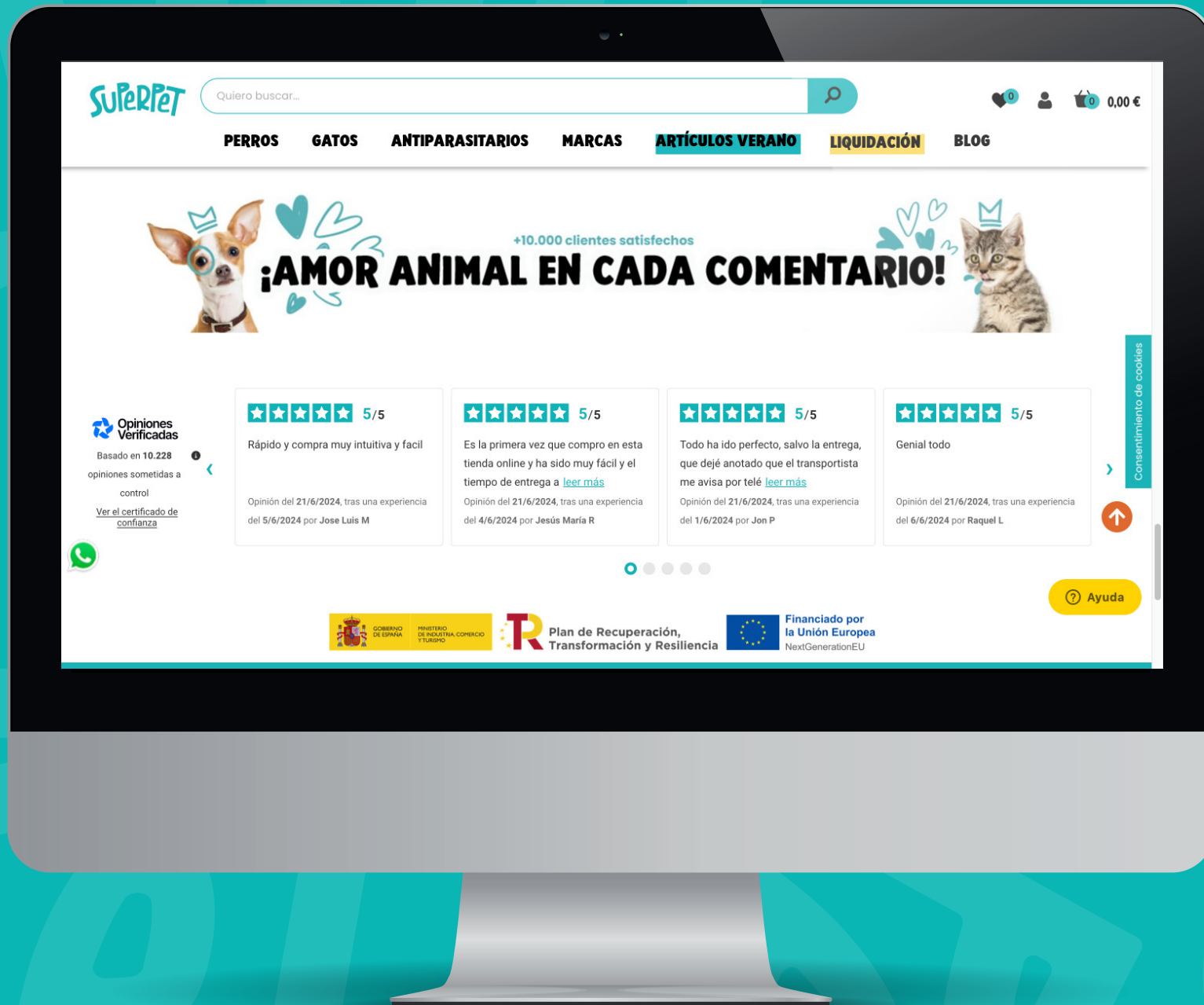
Hemos conseguido casi **1000 reseñas en nuestro perfil de TRUSTPILOT** desde noviembre de 2023 gracias a nuestra **estrategia de marketing automatión.**

Del mismo modo somos la **tienda de Burgos con mayor nº de reseñas** sin haber abierto la tienda física en esta localidad, todo esto logrado a través de una **combinación entre una estrategia de SEO local y de email marketing.**



**SUPERPET**

**+10k**  
OPINIONES  
DESDE 2021  
EN OPINIONES  
**VERIFICADAS**  
CON UNA  
MEDIA DE  
**4,7/5**





# NUESTRO EQUIPO



SUPERPET

# NUESTRAS INSTALACIONES



**Año 2021**



**Año 2024**





# NUESTROS ORÍGENES

**JUNIO 2020**

**Comienza la aventura** bajo un modelo dropshipping desarrollado en Prestashop (plantillazo y listo).

**¿LA FILOSOFÍA?**

“montamos una tienda online y a ver a dónde llegamos...”

## PRINCIPALES ERRORES

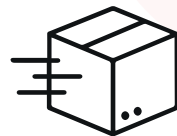
- No había una estrategia definida, ni objetivos, ni medición
- El dropshipping ayudó a comprender el e-commerce pero claramente no era el camino.
- Falta de conocimiento del ecosistema e-commerce.

## MALOS RESULTADOS:

Bajísimo nivel de facturación en los primeros meses, los principales indicadores en niveles insuficientes para la viabilidad del negocio...



**57k €**  
facturados



**1.223**  
envíos realizados



**1,41%**  
T.CONV WEB

## NUESTROS ORIGENES



NUESTRA WEB EN EL 2020

SuperPet



# NUESTROS INICIOS

## OCTUBRE AÑO 2020

En Octubre de 2020, **seguíamos bajo un modelo dropshipping y una facturación que no alcanzaba los 30.000€.**

Contábamos con tan solo 1 persona a los mandos del proyecto, bajo un prestashop con de más de 10k referencias que abarcaba una amplia gama de productos para todo tipo de animales domésticos, tales como perras, gatos, roedores, reptiles y peces.

**Los resultados seguían siendo pésimos y había que tomar una decisión...**

- Abandonar el proyecto de dropshipping y cerrar para siempre. ❌
- **Reenfocar nuestra estrategia** ✅

## PASO 1-REORIENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

- Desechamos el modelo de dropshipping y emprendimos una nueva etapa.
- Realizamos un análisis del mercado y definimos nuestro producto y público objetivo.



- Distribución de productos de **alimentación natural** para mascotas, con un enfoque especial en las necesidades de perros y gatos.

Reestructuramos por completo nuestro PrestaShop, brindándole una **imagen renovada** con un estilo más relajado, aunque aún muy lejos de alinearse completamente con nuestra misión, visión y valores actuales.

En esta primera etapa del proyecto dirigimos nuestras inversiones publicitarias hacia **estrategias altamente enfocadas en el rendimiento.** Simultáneamente, dimos nuestros primeros pasos en el Marketplace de Amazon.



## NUEVAS INSTALACIONES & MAYOR CATÁLOGO



### 200skus

Los suficientes para operar mientras reorientábamos completamente nuestro modelo de negocio.



### 2 personas

El equipo crecía y ya contábamos con 2 personas a full time en el proyecto



### 300m2

Comenzamos a operar desde una pequeña nave ubicada en la provincia de Burgos para controlar la calidad del servicio, así como mejorar condiciones.

SUPERPET



**NUEVA WEB NOVIEMBRE 2020**

**SuperPet**



**2020**

**CIERRE DEL AÑO 2020**

 **4.817**  
envíos realizados

 **1.040**  
usuarios recurrentes

 **140k**  
sesiones web

 **200k €**  
facturados (SIN IVA)

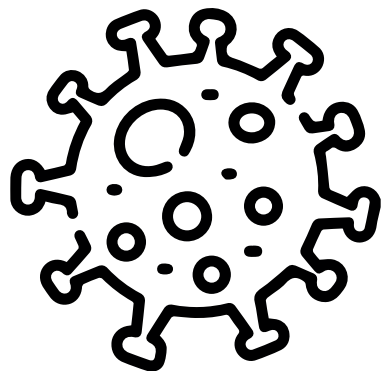
 **27.481,69 €**  
facturados a través  
de marketplaces

 **44,75 €**  
ticket medio (SIN IVA)

 **2,26%**  
tasa de conversión WEB







# NUESTRA PANDEMIA

¿CÓMO CONSEGUIMOS  
AUMENTAR NUESTRA  
FACTURACIÓN UN 400%?

## AÑO 2021

El año 2021 se presentó ante nosotros repleto de nuevos objetivos y una dosis extra .  
de entusiasmo al observar una mejora substancial en los resultados del año anterior. A pesar de que la pandemia de COVID-19 no facilitaba las circunstancias, el auge del comercio electrónico actuó como un viento impulsor para el proyecto.

Durante este periodo, nuestra atención se enfocó en expandir considerablemente nuestro catálogo de productos, respaldado por un aumento considerable de inversión destinada a la atracción de nuevos clientes, apoyados en una atractiva y sólida estrategia de fidelización interna.

## MARKETING AUTOMATION

- Envío de e-mails segmentados
- Pop-ups automatizados
- Contenidos dinámicos personalizados en la web
- Sistemas de puntos y fidelización

## ¿EL PRIMER PASO? Medir, Medir y MEDIR

Nos propusimos medir las principales KPIs estratégicas del negocio (No clientes nuevos, CAC, recurrencia, ticket medio, tasas de conversión, ROAS, etc.) y establecimos objetivos para poder tomar decisiones fundadas.

Comenzamos analizando en profundidad datos que afectarían de manera directa al core business, en nuestro caso, la RECURRENCIA, midiendo mes a mes el porcentaje de compras que se habían realizado en nuestro e-commerce por parte de clientes que ya habían comprado meses anteriores.

Por otro lado, establecimos una matriz RFM (midiendo la frecuencia de compra por cliente, tasa de repetición de pedido, así como el gasto medio y el número de compras anuales). Con estos dos estudios revelamos una fotografía del estado de fidelización.

Una vez analizado este punto, desarrollamos estrategias para comunicarnos con los clientes de forma diferenciada en función de si son nuevos, leales, leales potenciales, "ballenas", en riesgo, etc. ¡¡SEGMENTACIÓN!!

## ¿COMO LO HICIMOS?



2021

SUPERPET

# ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN

## PERSONALIZACIÓN

Mejoramos la experiencia de compra de nuestros clientes mediante la **personalización dinámica de contenido** en base a sus intereses de compra.

Por ejemplo, si un cliente tiene un gato que el primer contenido que le aparezca en la web esté relacionado solo con gatos. Otro ejemplo sería mostrar los productos que ha visitado en sesiones anteriores o relacionados con su anterior compra. En definitiva, cada usuario ve una cosa en nuestra web.



## SEGMENTACIÓN

Realizamos una segmentación **avanzada de cada usuario en todos los canales** (lead scoring, análisis RFM, nivel de actividad, etc...) con un nivel de profundidad muy alto.

Sabemos que Jorge tiene un labrador de 9 años llamado Thor, que tiende a tener sobrepeso. En base a estos parámetros, este cliente formará parte del segmento de perros senior y alimentación de bajas calorías y sus recomendaciones y comunicaciones seguirán esta línea.



+46%

Top rendimiento		Últimos 30 días
Workflows	Contenidos	
1 CARRITO ABANDONADO	1 CARRITO ABANDONADO	
2 MANTA REFRIGERANTE   50% DTO	2 MANTA REFRIGERANTE   50% DTO	
3 SUS. A PUSH   NAVEGADOR	3 PUSH   BIENVENIDA	

% Recuperación de carritos abandonados



TESTS A/B/X

Lanzamos test para analizar el comportamiento de los usuarios y tomamos decisiones en función de distintos parámetros.

## FIDELIZACIÓN

Hemos conseguido generar una BBDD de clientes de más de 50,000 usuarios. ¿El objetivo? Convertirlos en prescriptores para que continúen comprando y promoviendo nuestro servicio. ¿Cómo? Ofertas personalizadas, descuentos exclusivos con antelación, programa de recompensas.

## AUTOMATIZACIÓN

Conseguimos planificar y programar procesos en base a la recencia de compra del cliente para generar fidelidad y **aumentar la tasa de conversión**.

No es lo mismo impactar al usuario en cualquier momento, que hacerlo en el momento que sabemos que su "Toby" o "Misifú" se está a punto de quedar sin comida... ¿no?

## ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN

Email	Primer pedido	Último pedido	Nº de pedidos	Media (€)	Media (días)	Ltv	Estado Segmentación
	12 may 2021 11:21	09 feb 2023 10:21	16	90,07 €	39,9	57.501	Leal
	03 mar 2021 11:29	14 ago 2023 12:29	18	64,16 €	49,7	57.398	Leal
	22 nov 2019 15:30	06 feb 2023 15:30	5	45,86 €	234,4	53.748	Leal Potencial
	16 ene 2021 10:26	28 jul 2023 11:26	17	62,06 €	54,3	57.288	Leal
	02 jun 2021 10:19	20 jun 2023 10:19	15	76,53 €	49,9	57.283	Leal
	05 dic 2020 21:04	02 sept 2022 22:04	20	85,04 €	31,8	54.085	Leal Perdido
	18 oct 2020 21:56	12 jul 2023 21:56	21	54,21 €	47,5	54.074	Leal Riesgo
	07 jun 2021 13:06	22 nov 2021 12:06	2	321,12 €	84,1	54.012	Ballena

### Segmentos

[+ Crear nuevo segmento](#)
[f Exportar a Facebook](#)
[🕒 Histórico Exportación](#)

[Estático](#)
[Dinámico](#)
[Dinámico Plus](#)

 <p><b>DINÁMICO PLUS</b></p> <p><b>RFM   CLIENTES EN ALERTA</b> Sin descripción</p> <p>Fecha creación: 14 jul 2023 Última sincronización: 9:05:28</p> <p>Editar Más ▾</p>	 <p><b>DINÁMICO PLUS</b></p> <p><b>1 a la semana</b> Sin descripción</p> <p>Fecha creación: 20 abr 2023 Última sincronización: 8:45:12</p> <p>Editar Más ▾</p>	 <p><b>DINÁMICO</b></p> <p><b>DATA FIRST   CLV MEDIO</b> 200€ - 500€</p> <p>Fecha creación: 16 mar 2023</p> <p>Editar Más ▾</p>	 <p><b>DINÁMICO PLUS</b></p> <p><b>DATA FIRST   CLV ALTO</b> Sin descripción</p> <p>Fecha creación: 16 mar 2023 Última sincronización: 9:15:14</p> <p>Editar Más ▾</p>
--	---	--	---

### Emails

[+ Crear nuevo email](#)
[🕒 Histórico exportación](#)

 <p><b>BF 22   GENÉRICO #1</b></p> <p>BF 22</p> <p>Creado el: 3 nov 2022, 16:23</p> <p>Ver Más ▾</p>	 <p><b>OWNAT FAMILY   SNACK SERRANO</b></p> <p>Creado el: 31 oct 2022, 10:55</p> <p>Ver Más ▾</p>	<p><b>Top rendimiento</b> Últimos 30 días</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Workflows</th> <th>Contenidos</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 Pedir suscripción push y push de bienvenida</td> <td>1 Pedir suscripción Push</td> </tr> <tr> <td>2 OWNAT SUBIDA DE PRECIOS + BOLSAS</td> <td>2 OWNAT SUBIDA PRECIOS + BOLSA</td> </tr> <tr> <td>3 POP-UP OWNAT - REBAJAS INVIERNO (PERROS)</td> <td>3 Carrito Abandonado</td> </tr> <tr> <td>4 Recuperar Carrito Abandonado (Email)</td> <td>4 Ownat Classic - Rebajas Enero</td> </tr> <tr> <td>5 NATURA DIET + SNACKS MOMENTS</td> <td>5 Suscripción RRSS</td> </tr> </tbody> </table>	Workflows	Contenidos	1 Pedir suscripción push y push de bienvenida	1 Pedir suscripción Push	2 OWNAT SUBIDA DE PRECIOS + BOLSAS	2 OWNAT SUBIDA PRECIOS + BOLSA	3 POP-UP OWNAT - REBAJAS INVIERNO (PERROS)	3 Carrito Abandonado	4 Recuperar Carrito Abandonado (Email)	4 Ownat Classic - Rebajas Enero	5 NATURA DIET + SNACKS MOMENTS	5 Suscripción RRSS
Workflows	Contenidos													
1 Pedir suscripción push y push de bienvenida	1 Pedir suscripción Push													
2 OWNAT SUBIDA DE PRECIOS + BOLSAS	2 OWNAT SUBIDA PRECIOS + BOLSA													
3 POP-UP OWNAT - REBAJAS INVIERNO (PERROS)	3 Carrito Abandonado													
4 Recuperar Carrito Abandonado (Email)	4 Ownat Classic - Rebajas Enero													
5 NATURA DIET + SNACKS MOMENTS	5 Suscripción RRSS													



E-MAIL & MARKETING AUTOMATION

SUPERPET

ALGUNA DE NUESTRAS CREATIVIDADES POR AQUEL ENTONCES

**SUPER pet**

**SUPER REBAJAS!**

HASTA EL **40%** EN PRODUCTOS SELECCIONADOS

Del 11/01 al 31/01

**¡SNACK SERRANO DE REGALO!**

**OWNAT**

Premio! Por la Compra de Cualquier Saco de la Marca, llévate **GRATIS** unos Snacks de Serrano.

**¡SUPER PROMO BELCANDO!**

Compra Cualquier Saco de la Marca y Consigue **UN REGALO SEGURO.**

**VER PRODUCTOS**

\* En productos seleccionados. Unidades Limitadas.

**-25% dto**

**FRISBEE TOTALMENTE GRATIS**

**SUPER pet**

**BLUE MONDAY**

Hoy es el día más triste del año y nuestros peludos siempre están ahí para alegrárnoslo. Por eso, ¡premiálos con las ofertas increíbles que tenemos disponibles en la web!

**SUPER pet**

22 - 30 NOVIEMBRE

**BLACK FRIDAY**

Hasta **-50% dto**

En productos y marcas seleccionadas

**EL VERANO más perruno**

Ahora que llega la temporada de calor, ¡cuida a tu mascota de la mejor manera! Por tus compras superiores a 99,95€, conseguirás un -70% DTO en esta MANTA REFRIGERANTE.

Di adiós al calor: ¡GUAU!

**VER PRODUCTOS**

**MANTA REFRIGERANTE ANTIMOSQUITOS**

MANTA 50X90	MANTA 40X50
17,95€	8,95€
Ahora: 5,38€	Ahora: 2,69€

**-70% DTO**

\*Por tus compras superiores a 64€

**¿CÓMO CONSIGO mi descuento?**

- Llena tu carrito con una compra superior a 99,95€.
- Añade tu Manta Refrigerante al carrito.
- Consigue de tu DTO y mira como tu perro disfruta del fresquito.

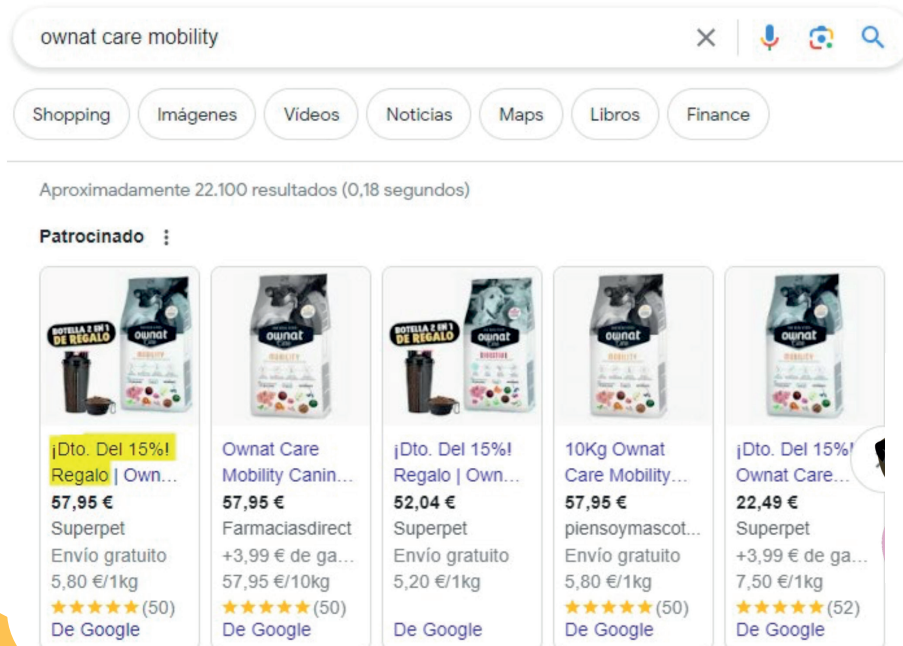
POCO LLAMATIVAS Y SIN ALINEAR CON NUESTROS VALORES ACTUALES...

# ESTRATEGIA DE CAPTACIÓN

INICIO | Q4 DE 2020

Desde que comenzamos a operar siempre tuvimos en el foco un **objetivo muy performance**. La estrategia en este año fue trabajar de una manera muy detallada cada marca y atacar exclusivamente a términos long tail, negativizando lo máximo posible.

Esta primera toma de contacto nos permitió darnos cuenta de que **los precios** en este tipo de producto era un factor determinante. Por aquel entonces no teníamos mucha capacidad para competir en este aspecto por lo que **decidimos diferenciarnos de otra forma...**








ownat care mobility

Shopping Imágenes Videos Noticias Maps Libros Finance

Aproximadamente 22.100 resultados (0,18 segundos)

Patrocinado :

 ¡Dto. Del 15%! Regalo   Own... <b>57,95 €</b> Superpet Envío gratuito 5,80 €/1kg ★★★★★ (50) De Google	 Ownat Care Mobility Canin... <b>57,95 €</b> Farmaciasdirect +3,99 € de ga... 57,95 €/10kg ★★★★★ (50) De Google	 ¡Dto. Del 15%! Regalo   Own... <b>52,04 €</b> Superpet Envío gratuito 5,20 €/1kg De Google	 10Kg Ownat Care Mobility... <b>57,95 €</b> piensoymascot... Envío gratuito 5,80 €/1kg ★★★★★ (50) De Google	 ¡Dto. Del 15%! Ownat Care... <b>22,49 €</b> Superpet +3,99 € de ga... 7,50 €/1kg ★★★★★ (52) De Google
--	---	--	--	--

2021-2022

Comenzamos a probar diferentes estrategias automáticas que aportaron resultados muy positivos. Se llevaron a cabo tanto en red de búsqueda con Hagakure como en shopping con campañas inteligentes. El objetivo seguía siendo performance, pero intentábamos captar mayor número de clientes nuevos.



**+18k**  
clientes nuevos



**+1.1M €**  
facturados



Nuevo enfoque en 2023...

## ¿QUÉ BUSCAMOS? ¡¡MÁS RENTABILIDAD!!

Montamos una estructura donde trabajamos según los márgenes que nos aportan las diferentes marcas o tipos de producto para poder establecer diferentes exigencias o estrategias.

Con el paso de los años hemos ido escalando en el funnel de conversión y dando una mayor importancia a la captación de clientes nuevos, adaptando los ajustes y las estrategias para ello. Hemos potenciado esta parte intentando cubrir términos genéricos a través de shopping o red de búsqueda.



**+13.000**

clientes web nuevos en los que llevamos de año



SUPERPET

## ESTRATEGIA DE CAPTACIÓN



**OWNAT**

envíos gratis en 24/72h

los mejores precios de internet

**SuperPet**  
peludos felices si nos eliges

**ownat**  
-THE REAL FOOD-  
CLASSIC

**ownat**  
GRAIN FREE  
HYPOALLERGENIC  
MONO-PROTEIC  
& SINGLE ANIMAL PROTEIN | 0% GRAINS  
50% MÁS PROTEÍNA

**ownat**  
natural  
INGREDIENTS  
chicken

## NUEVAS CREATIVIDADES (SEM SOCIAL)

**SuperPet**



**DESCUENTOS EXCLUSIVOS APP!**

Envíos gratis en 24/72h

+2K Referencias para peludos

+7K Clientes satisfechos

**¡DESCÁRGATELA AHORA!**



**SuperPet**  
peludos felices si nos eliges

**BELCANDO**

envíos gratis en 48/72h

10% dto en tu primera compra

**BELCANDO**  
PUPPY GRAVY

**BELCANDO**  
FINEST OF SENIOR

**BELCANDO**  
ADULT DINNER

# NUESTRA APP

**+19K** usuarios recurrentes

## LANZAMIENTO APP JULIO 2021

Una vez realizado un análisis del primer semestre del año, aun teniendo una buena estrategia de fidelización detectamos que muchos clientes que habían realizado una primera compra con nosotros, **nos recurrían a través de paid search...** ¡ESTO NO PUEDE SER!

Teniendo claro esto reenfocamos nuestra estrategia a través del lanzamiento de una app propia, que garantizará una mejor experiencia de usuario, ofreciendo descuentos especiales, y notificaciones PUSH totalmente personalizadas para cada usuario.


Nuestra APP ha acabado convirtiéndose en uno de nuestros canales de venta principales. La optimización de la misma nos ha hecho conseguir entre otras cosas, una tasa de conversión que ha llegado a superar el 21%.



 **+16k**  
descargas

 **+25k**  
pedidos

 **55,12€**  
ticket medio (SIN IVA)

 **+1.4M €**  
facturación  
(actual SIN IVA)

 **19,05%**  
TC promedio



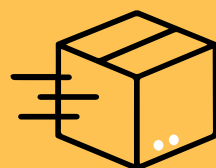
## CIERRE DEL AÑO 2021



**1.1M €**  
facturados (SIN IVA)



**12.172**  
usuarios recurrentes



**25k**  
envíos realizados



**42.878,48 €**  
facturados a través  
de marketplaces



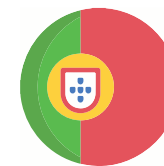
**46,53 €**  
ticket medio (SIN IVA)



**3,98%**  
tasa de conversión WEB  
**8,23%**  
tasa de conversión APP



# NUESTRA EVOLUCIÓN



## AÑO 2022

El año 2022 fue uno de los años claves para el proyecto. Es por ello por lo que nuestra estrategia se enfocó principalmente en la **ampliación de canales** de venta. Así, en enero de dicho año, dimos un decidido paso al frente al **ingresar al mercado portugués**.

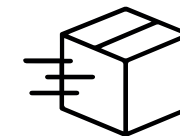
El sólido crecimiento que experimentábamos nos impulsó a buscar nuevas instalaciones que pudieran albergar y respaldar nuestras actividades. En marzo, materializamos este impulso al **trasladarnos a un nuevo centro logístico**, desde donde fuéramos capaces de gestionar con éxito el flujo de los más de 3.000 pedidos mensuales que recibíamos por aquel entonces.

## STEP 3 INTERNACIONALIZACIÓN & REBRANDING

Lanzamiento de nuestra web en Portugal e inicio de actividad en plataformas de venta específicas de la región, tales como WORTEN y KUANTOKUSTA.



**+150k €**  
facturación (SIN IVA)



**+2.5k**  
pedidos

Rebranding alineado con nuestra misión, visión y valores. Queríamos dejar de ser una tienda online de venta de productos para mascotas, para conectar de verdad con nuestros clientes, con nuestra familia.



## NUEVAS INSTALACIONES, AMPLIACIÓN DE CATÁLOGO Y EQUIPO



**2.000m2**

Nuevas instalaciones, esta vez en Villalbilla de Burgos desde donde gestionar la operativa logística.



**5 personas**

Seguimos aumentando nuestra familia con nuevas incorporaciones para brindar apoyo en este crecimiento exponencial que estábamos experimentando.



**1.500skus**

Ampliamos considerablemente nuestro catálogo de productos con el objetivo de capturar una mayor cuota de mercado.



SUPERPET

# INTERNACIONALIZAÇÃO

kuanto\*kusta

ownat classic

Melhores preços | Crédito habitação | Facilidades pagamento

Página inicial | Animais de Estimação | Cães | Ração Seca

**Ownat Classic Complet Chicken & Rice 20Kg**

★★★★★ (30)

Partilhar | Histórico de Preço | Alerta de Preço | Criar Favorito

Peso Grupo: 20 Kg

2x 20 Kg desde 84,00€ | 4 Kg desde 11,20€ | 15 Kg desde 31,33€ | 20 Kg desde 42,86€

Opção Mais Barata

Envio Grátis! Encomenda até às 15h e recebe amanhã

preço comparativo 45,89€

**42,86€**

Comprar no KuntoKusta

Compra Segura KuntoKusta. [Sabe Mais](#)

Lojas | Características | Histórico de Preço | Avaliações

Comprar no KuntoKusta | Pagamento Fracionado | Envio Grátis | Ordenar por preço final

<b>SuperPet</b>	20 Kg Ownat Classic Complet - 31405	45,49€	Comprar
★★★★★ (149)	Entrega Rápida   Envio Grátis	Envio Grátis	
	Entrega estimada: 1 de setembro	Total 45,49€	
<b>ANI PHARMACY</b>	Ownat Cao Complet 20 Kg - 8429037016068	45,50€	Comprar
	Entrega Rápida   Envio Grátis	Envio Grátis	
	Encomenda até às 15h e recebe amanhã	Total 45,50€	Ver na loja

Superpet, mais de 1000 produtos para animais de estimação. suporte@superpet.club

Introduza a sua chave de pesquisa ...

CÃES | GATOS | MARCAS | BLOG | VERÃO | OFERTAS!

**PRODUTOS REFRESCANTES**

**ONDA DE CALOR alert!**

Trazemos-lhe os produtos TOP do verão para combater as altas temperaturas com os seus amigos peludos. Fiquem bem! :)

IR PARA A WEB

**TUDO O QUE PRECISA!**

Mantas e camas de arrefecimento, brinquedos aquáticos, controlo de pragas e muito mais...

**OFERTAS ESPECIAIS APP!**

DESCUBRE Alana!

worten

Produtos | Serviços | Promoções

O que estás à procura?

Olá! Iniciar Sessão

Vendido por: **SUPERPET CLUB**

★ 4.8 (6 Vendas)

Perguntar ao vendedor

€45,62

Envio: desde €0,00

Entrega estimada: 4 a 7 dias úteis

ADICIONAR AO CARRINHO

Vendido por: **LIZBIRD**

★ 4.5 (737 Vendas)

Perguntar ao vendedor

€50,00

Envio: desde €0,00

Entrega estimada: 4 a 9 dias úteis

ADICIONAR AO CARRINHO

Ração para Cães OWNAT Complete (20 kg - Seca - Adulto - Sabor: Carne)

NUEVOS CANALES 2022-MERCADO PORTUGUÉS

# NUESTRO REBRANDING

## LANZAMIENTO JUNIO 2022

La decisión de emprender un proceso integral de rebranding para superpet surgió de un análisis exhaustivo de nuestro entorno competitivo y de las cambiantes tendencias del mercado. Reconociendo la necesidad de un cambio optamos por una transformación completa. Este enfoque estratégico no solo buscaba revitalizar nuestra imagen, sino también redefinir nuestra identidad en función de los valores y las aspiraciones de nuestros clientes.

Nuestro antiguo branding ya **no transmitía con precisión la amplitud de nuestra oferta ni se alineaba con nuestra misión, visión y valores**. Era imperativo abrazar una imagen fresca contemporánea que resonara con los consumidores actuales y que también tuviera el poder de atraer a nuevos públicos.

Gracias a este proceso de rebranding, logramos dirigirnos de manera efectiva a un público objetivo joven y adulto, adoptando un enfoque de mensaje alegre y relajado que fortaleció nuestra conexión con la audiencia de manera significativa.

En última instancia, el rebranding no solo revitalizó nuestra imagen, sino que también nos ayudó a crear **una experiencia de usuario más envolvente y coherente** para nuestros clientes. Además, solidificó nuestra posición en el mercado como una fuente confiable de productos de alta calidad para mascotas. Con esta renovada identidad, continuamos evolucionando a día de hoy para satisfacer las necesidades cambiantes de nuestro consumidores y construir un vínculo duradero con quienes comparten nuestro amor por los animales de compañía.

2020



2021



SUPERPET

# ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN



NUEVA WEB JUNIO 2022

SuperPet



## ALGUNAS DE NUESTRAS CREATIVIDADES



NO TE OLVIDES

### ¡A TODO GAS CON ESTE CARRITO!

Sabemos que decidirse cuesta y más cuando son cositas para nuestros peludos. Te dejamos por aquí **tu carrito para que lo tengas guardado** y puedas echarle un vistazo.



GLORIA CAMA GREEN DREAMS OWNAT CLASSIC COMPLET

Mantendremos tus productos todo el tiempo que podamos, pero si aún los quieres, **te recomendamos que completes tu pedido lo antes posible.**

COMPRAR AHORA



RECUPERACIÓN DE CARRITO



OJO, OJITO...

### ¿HAS ESTADO VIENDO ESTO?

Sabemos que hay muchas opciones en internet y no es fácil decidirse. **Por eso te dejamos por aquí tus últimas búsquedas** por si a tu peludo y a ti os interesa.

VER PRODUCTOS



ALPHA SPIRIT ALIMENTO SEMI-HÚMEDO AVES DE CORRAL GLORIA CAMA GREEN DREAMS GRIS ANTRACITA OWNAT CLASSIC COMPLET

Ver Producto

Ver Producto

Ver Producto

CONTACTO | CONDICIONES | ENVÍOS Y DEVOLUCIONES | BLOG

Recibes este correo porque te has suscrito a la lista de Superpet o porque has proporcionado tu dirección de correo en algún evento realizado, y creemos que la información proporcionada puede ser de tu interés.

Cancelar suscripción



RETARGETING 24H



Te echamos una pata...

### ¿CÓMO APLICO MI DESCUENTO?

PASO #1

PASO #2



EMAILS OFERTAS



NATURA DIET CAT

### SNACKS MOMENTS de regalo!



SNACKS GRATIS

Comprando pienso Natura Diet para todo tipo de gatos.

Por cada compra de Natura diet cat, te regalamos una bolsita de **SNACKS MOMENTS CATS\***.

ver productos

\* Promoción válida hasta fin de existencias.

EMAILS SEGMENTADOS



10 AL 12/06

### NUESTRAS PROTECTORAS NOS NECESITAN

Desde Superpet siempre buscamos formas de ayudar y colaborar con nuestras protectoras locales ya que **los peludos son lo más importante**. Por eso queremos lanzaros esta propuesta:

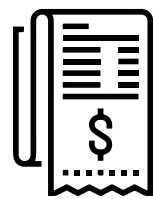
por cada **10€** de compra = donaremos **1kg** DE COMIDA PARA PROANBUR

¡Cada euro cuenta y con tu ayuda podemos hacerlo posible!

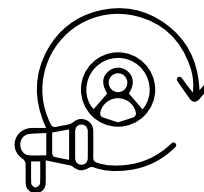


EMAILS GENÉRICOS

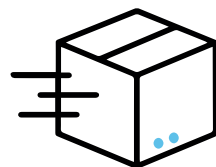
## CIERRE DEL AÑO 2022



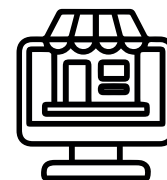
**1.8M €**  
facturados (SIN IVA)



**18.675**  
usuarios recurrentes



**+38k**  
envíos realizados



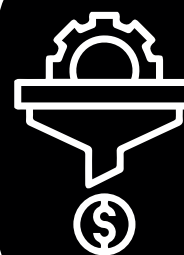
**340k €**  
facturados a través  
de marketplaces



**49,58 €**  
ticket medio (SIN IVA)



**470k**  
sesiones web



**4,05%**  
tasa de conversión WEB  
**21,46%**  
tasa de conversión APP





# NUEVOS PLAYERS

**AÑO 2023**

Para cerrar este capítulo, en el transcurso del año pasado continuamos expandiendo nuestro catálogo hasta abarcar casi las 2000 referencias. Además, hemos proseguido con nuestra trayectoria expansiva mediante la incorporación de nuevos canales de venta. Como ya sabréis... Miravia está en boca de todos, el alcance que está consiguiendo la plataforma es enorme, por lo que disponiendo de los recursos y teniendo en cuenta que no existe una barrera de costes de entrada, es decir pagas por lo que vendes...

## ¿POR QUÉ NO DARLE UNA OPORTUNIDAD A ESTE NUEVO MARKETPLACE?

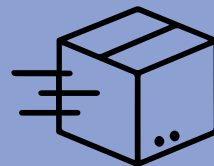
En nuestro caso llevamos operando desde mediados del mes de marzo de 2023, con una integración en tiempo record al estar familiarizados con otras plataformas del grupo tales como Aliexpress. Los resultados han sido fantásticos superando los 5500 envíos en 10 meses.

### KPIS PRINCIPALES

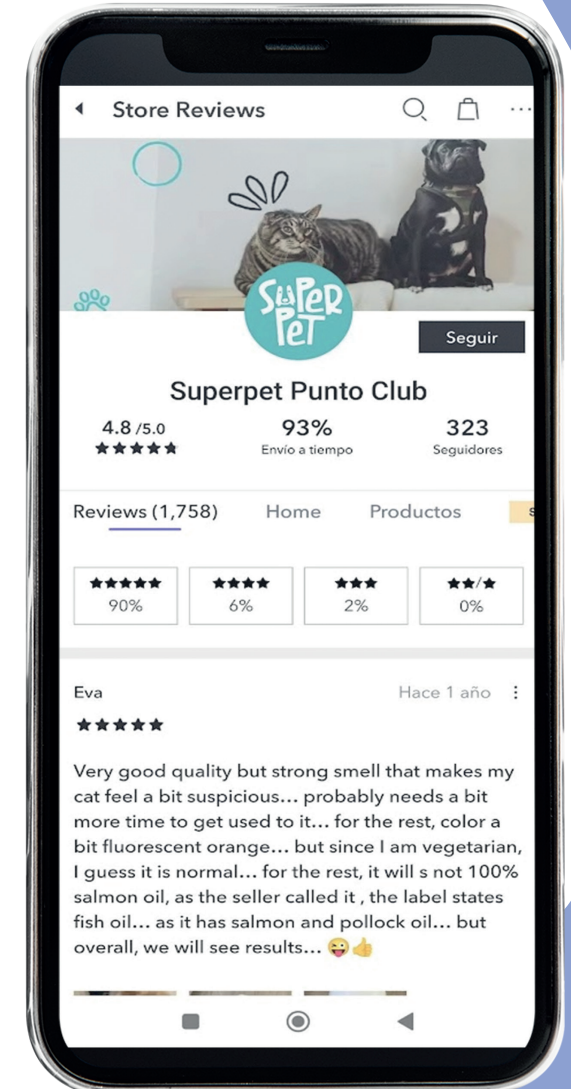
*\*Estos KPIS están actualizados a fecha de agosto de 2023.*



**+150k €**  
facturados (SIN IVA)



**25k**  
envíos realizados



**SUPERPET**

## NUEVOS PLAYERS



Cupones



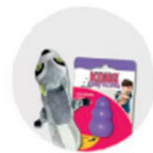
ALIMENTACIÓN SECA



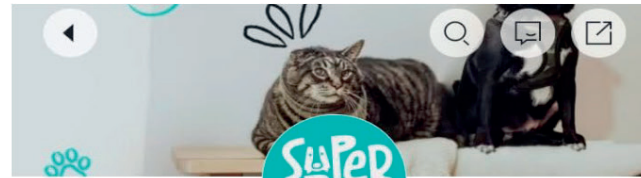
ALIMENTACIÓN HÚMEDA



SNACK & HUESOS



JUGUETES



Superpet Punto Club >

4.9 / 5.0 ★★★★★

Reviews (619) Home Productos Nuevo Sec



Aceite De Salmón Grizzly 250 MI >

Eva 3 months ago

★★★★★

Very good quality but strong smell that makes my cat feel a bit suspicious... probably needs a bit more time to get used to it... for the rest, color a bit fluorescent orange... but since I am vegetarian, I guess it is normal... for the rest, it will s not 100% salmon oil, as the seller called it , the label states fish oil... as it has salmon and pollock oil... but overall, we will see results... 🤔👍



## Especial Miravia: Taller inmersivo para alcanzar el éxito

Webinar

06/06/2023 11:00AM



**Gerard Ferreiro**  
Key Account Manager  
GCMB en Miravia



**Robert Salvador**  
Senior Merchant  
Development en Miravia



**Jorge Frías**  
CMO en SuperPet  
Punto Club



**Adrián Santana**  
CEO en CirugiaWeb  
Agency

+3.000 operaciones en la plataforma  
¡40% tasa de utilización de cupones!



Jorge Frías, responsable de marketing de SuperPet. Son vendedores de Miravia desde marzo y gracias a su estrategia de cupones han conseguido aumentar el ticket medio 10€.

¿Por qué decidistéis crear una tienda en Miravia?

Nosotros ya teníamos experiencia vendiendo en Aliexpress y Miravia está en boca de todos, por eso nos gustó sumarnos a este lanzamiento. Observamos que en términos de alcance estaba siendo impresionante y que la plataforma cuenta con muchos recursos que nos facilita la labor a los vendedores. non

• **Fidelización de clientes:** una de las áreas más importantes para nosotros. Los clientes que han utilizado cupones o descuentos para comprar en superpet, suelen estar más dispuestos a regresar en el futuro y hemos detectado que mucha gente marca nuestra tienda como favorita. Además utilizamos el propio chat de soporte para enviar a los clientes ofertas disponibles.

Nuestro próximo paso es testar los regalos como incentivo para aumentar los productos de la cesta.

¿Cuáles son las ventajas y desventajas de las herramientas de promoción?

Al final es un win win entre la plataforma y el vendedor. Hay una gran facilidad y rapidez a la hora de crear los

SuperPet

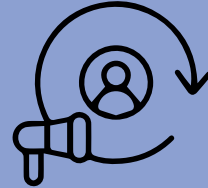
Miravia

CASO DE ÉXITO  
EN LA PLATAFORMA

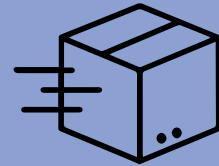
## CIERRE DEL AÑO 2023



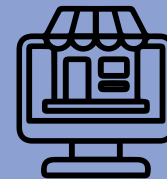
**+3.3M €**  
facturados (SIN IVA)



**29k**  
usuarios recurrentes



**+61k**  
envíos realizados



**+625k €**  
facturados a través  
de marketplaces



**59,98 €**  
ticket medio (SIN IVA)



**4,05%**  
tasa de conversión WEB  
**18,17%**  
tasa de conversión APP



**800k**  
sesiones web





# NUESTRAS METAS



## AÑO 2024

Tras este crecimiento del 75% (en el 2023), detectamos la necesidad de reestructurar el proyecto:



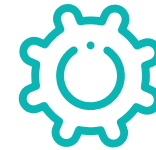
### NUEVOS EQUIPOS

Modernización, mejora e implantación de nuevos equipos de trabajo.



### NUEVOS CANALES

TikTok, Decathlon, Marketplace y CDiscount.



**IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN EMPRESARIAL (ERP y SGA)**



### 11 PERSONAS

3 personas más se han unido a la familia



## OBJETIVOS DEL AÑO

Crecimiento de la facturación por encima de los 4ME con un EBITDA superior al 10%

Aumentar el catálogo actual de productos un 15% e introducir nuevas gamas para roedores y aves

Lanzamiento de una marca propia y apertura de dos nuevas tiendas físicas



SUPERPET

# MODIFICACIÓN DE ESTRATEGIA

## ESTRATEGIA SEM 2023





muy enfocada en

Google Shopping

Google

Platinum Natural Iberico & Greens 15 Kg Comida Para Perros

Todo Imágenes Videos Noticias Shopping Más

 <p>Platinum Natural Adult Iberico &amp; Greens para perros 15 kg</p> <p>4,9 ★★★★★ 1.194</p> <p>Seca · Pescado · Adulto</p> <p><b>78,96 €</b> 5,26 € / 1 kg</p> <p>Superpet</p> <p>Envío gratuito</p>	 <p>Platinum Adult Iberico &amp; Greens 1,5 kg</p> <p>4,9 ★★★★★ 2.990</p> <p>Seca · Pescado · Grande</p> <p><b>17,60 €</b> 3,52 € / 1 kg</p> <p>Barakaldo Tienda Veterinaria</p> <p>Envío por 3,49 €</p> <p>Comparar precios de 5 o más tiendas</p>	 <p>Platinum Iberico And Greens 15 Kg - Platinum Adulto - Seca</p> <p><b>74,75 €</b></p> <p>Silver Feeling</p> <p>Envío gratuito</p>	 <p>Platinum - Adult Iberico &amp; Greens</p> <p><b>17,44 €</b></p> <p>zivwa.com</p> <p>Envío por 3,99 €</p>
---	---	---	--

Cambio en la plataforma "Google Shopping" que ha provocado mayor competitividad y una visibilidad más limitada






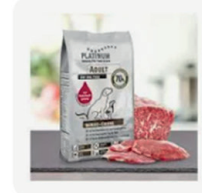




Google

platinum iberico 15kg

Todo Productos Sitios de productos Imágenes Videos Noticias Web Más Herramientas

Cachorro Comida para perros Jamón Ternera Cerdo Sin gluten

 <p>Platinum Iberico Greens</p> <p><b>78,96 €</b> y más preci...</p> <p>Superpet, 10+</p> <p>4.9 ★★★★★ (1,2 mil)</p>	 <p>Platinum Adult Iberico &amp; Greens Piense Para...</p> <p><b>84,55 €</b></p> <p>Todomascota.es</p>	 <p>Platinum Iberico And Greens 15 Kg - Platinum</p> <p><b>74,75 €</b></p> <p>Silver Feeling</p>	 <p>Piense Platinum Iberico FREE GRAIN FREE Adult - 15...</p> <p><b>76,95 €</b></p> <p>La Tienda K9</p>
 <p>Platinum iberico</p> <p><b>35,25 €</b></p> <p>naturpetmascota...</p>	 <p>Platinum - Adult Iberico &amp; Greens</p> <p><b>17,44 €</b></p> <p>zivwa.com</p>	 <p>Platinum Beef Potato</p> <p><b>84,50 €</b> y más preci...</p> <p>Superpet, 10+</p> <p>4.8 ★★★★★ (971)</p>	 <p>Platinum Iberico &amp; Greens - 15 Kg x 2</p> <p><b>152,19 €</b></p> <p>VetSelection.es</p> <p>4.9 ★★★★★ (1,2 mil)</p>

SuperPet

NOS HEMOS VISTO EN LA NECESIDAD DE PIVOTAR...



## ESTRATEGIA SEO

Al venir de una estrategia de performance (sem) enfocada principalmente en google shopping, y tras la desaparición de esta, hemos detectado la necesidad de apoyar más la estrategia SEO y apostar por la captacion de nuevos clientes en otros canales tales como TikTok Y META



## CAPTACIÓN RRSS



TikTok

Meta



## HIPERPERSONALIZACIÓN



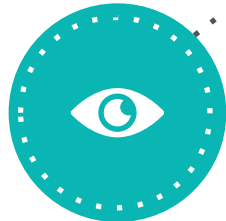
CONNECTIF



# OBJETIVOS SEO

## MEJORA DE LA VISIBILIDAD

Veníamos de una visibilidad de dominio **entre el 0.1 y 0.3, con diferentes picos**. El objetivo estaba en aumentar esos datos con una mayor estabilidad



## Nº DE KEYWORDS

El objetivo estaba en aumentar en más de 6K keywords, ya que partíamos de estar posicionando en 8K. Ahora empezamos a **trabajar los contenidos de categoría** de manera más enfocada, además de enfocarnos en **keywords de marca**.

## TRÁFICO

Al atacar mayor número de keywords, y mejorar posiciones en las que ya teníamos, nuestro objetivo era **aumentar potencialmente** el tráfico orgánico.



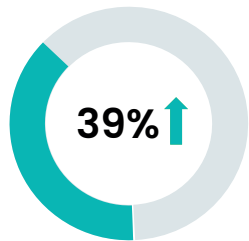
## INGRESOS

Otro de los objetivos era aumentar los ingresos. Además de posicionando mejor en las keywords con mayor volumen de búsqueda, llevando a cabo la **optimización de las fichas de producto** para aportar mayor información al usuario y complementándolo en todo momento con el **blog**.

# QUE HEMOS CONSEGUIDO

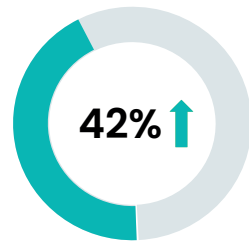
## COMPARATIVA KPIS (PRIMER SEMESTRE 2024 vs 2023)

Usuarios totales



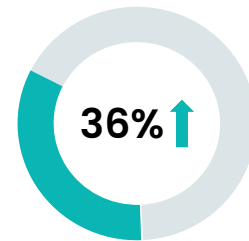
86.841  
Vs  
62.090

Usuarios nuevos



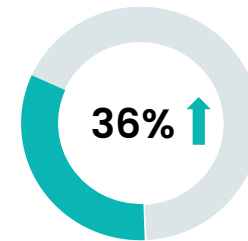
82.385  
Vs  
57.782

Sesiones



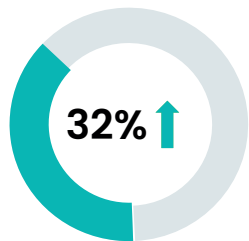
104.059  
Vs  
76345

Impresiones



8 M  
Vs  
5 M

Clics



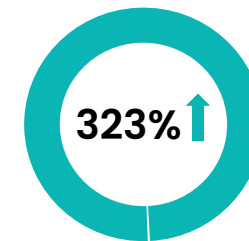
111 K  
Vs  
75 K

Compras



8.829  
Vs  
7.844

Ingresos



274.229  
Vs  
64.761

Art. comprados

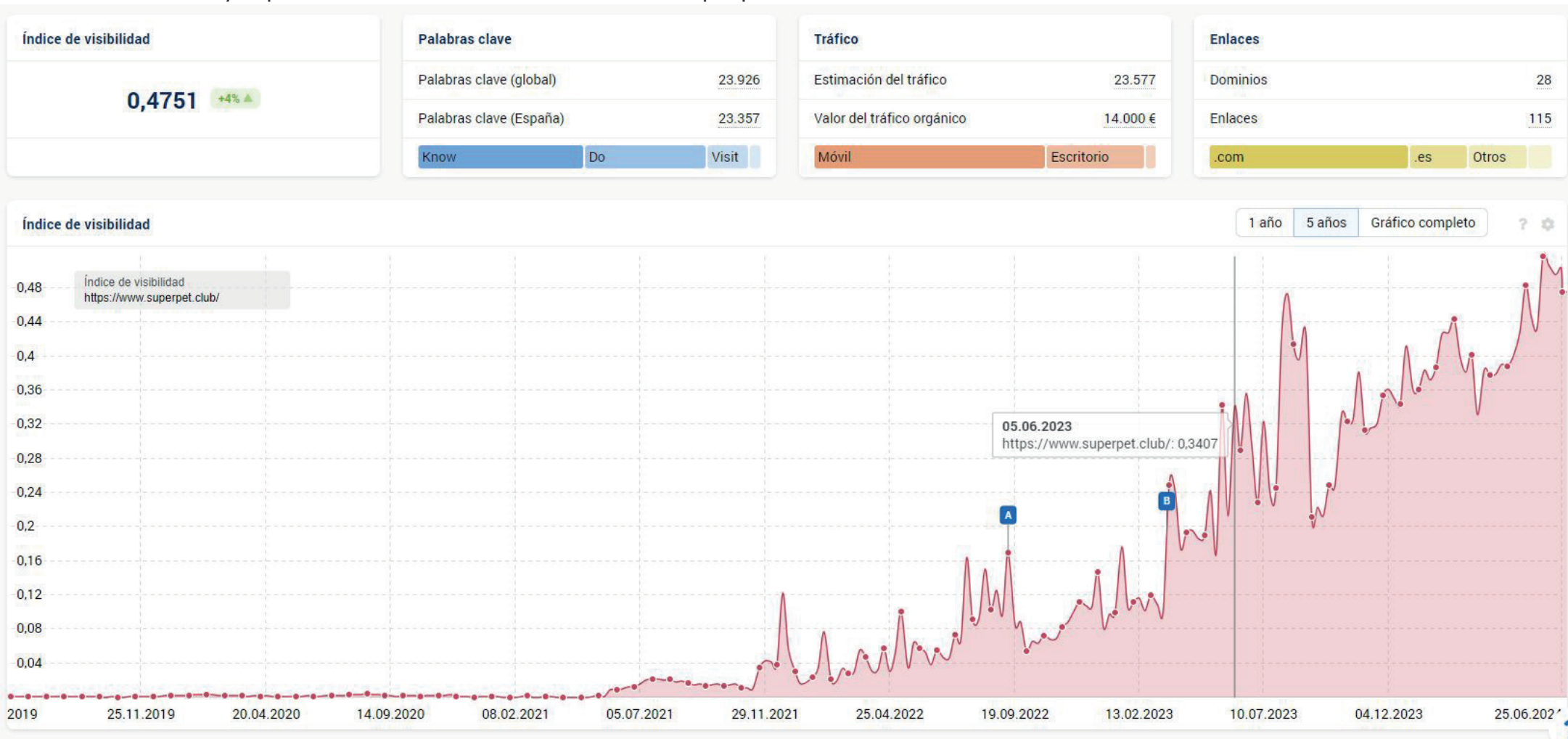


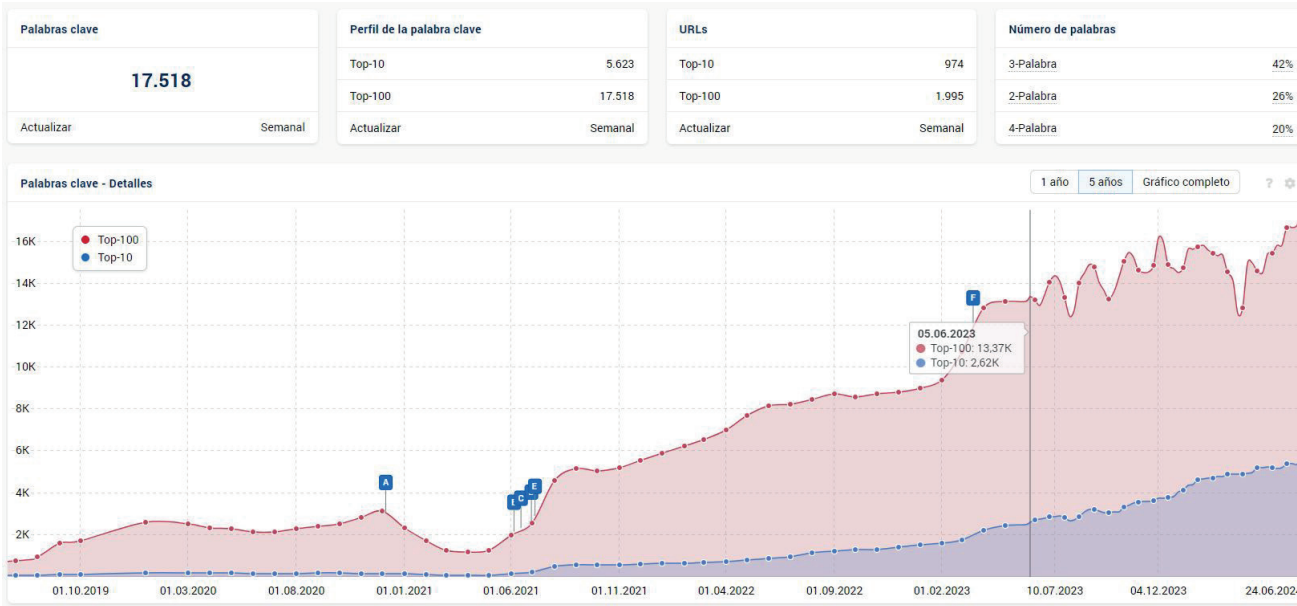
10.017  
Vs  
2.818

# INFORME DE VISIBILIDAD

La visibilidad de dominio ha aumentado un **38%** en comparación con junio de 2023.

Alcanzamos el mayor pico de visibilidad en la historia de Superpet.





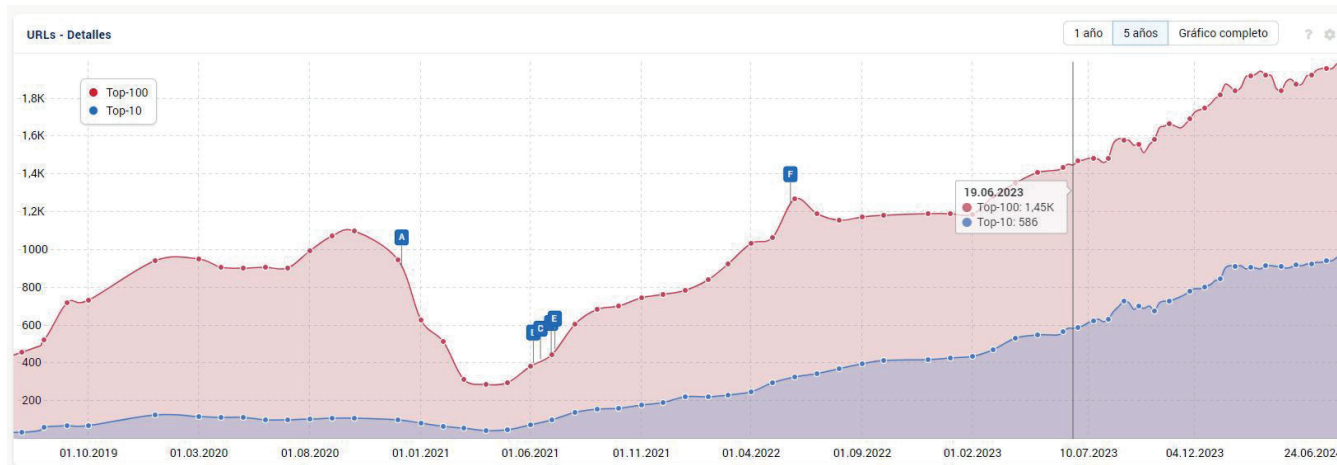
## INFORME DE VISIBILIDAD

En comparación con junio de 2023, hemos aumentado en **+5 K keywords totales y +3 K keywords en TOP 10.**



## URL POSICIONADAS

Hemos aumentado en **+500 URL en el TOP 100 y +400 URL en TOP 10.** Al crear y optimizar tanto categorías, productos y post de blog, aumentamos la estructura y la trabajamos para ofrecer contenido de valor a los motores de búsqueda y los usuarios.



## ¿QUÉ HEMOS LOGRADO COMBINANDO UNA ESTRATEGIA DE PAID Y ORGÁNICO EN TIK TOK?



Crecimiento de **16k seguidores en 8 meses**



Vídeos con más de **2M de visualizaciones**

### STEP 1: CAPTACIÓN EN RRSS

- Contamos con una estrategia de contenidos que se basa en:
- Empatizar con nuestro público objetivo.
- Dar respuesta a las necesidades del usuario.
- Entretener a través del humor.

### ESTRATEGIA TIK TOK

#### COMBINAMOS UNA ESTRATEGIA DE PAID Y ORGÁNICO EN ESTE CANAL

El contenido orgánico que mejor funciona lo promocionamos utilizando spark ads. Esto nos permite obtener un mayor alcance optimizando el vídeo al máximo.

### CREATOR MARKETPLACE

Algunos ejemplos:

[https://www.tiktok.com/@nala\\_.the.golden/video/7322389898101640481?\\_r=1&\\_t=8nUdXRLIwjR](https://www.tiktok.com/@nala_.the.golden/video/7322389898101640481?_r=1&_t=8nUdXRLIwjR)

[https://www.tiktok.com/@nosoyuncuervo/video/7307568346629754144?\\_r=1&\\_t=8nUdNCRwWrg](https://www.tiktok.com/@nosoyuncuervo/video/7307568346629754144?_r=1&_t=8nUdNCRwWrg)



### CREADORES UGC

TikTok

Buscar



superpetclub

superpetclub

Editar perfil

28 Siguiendo 16.4K Seguidores 68.1K Me gusta

Productos y accesorios para perros y gatos. Envíos en 24/72h.  
www.superpet.club



Vamos con otra lista d...



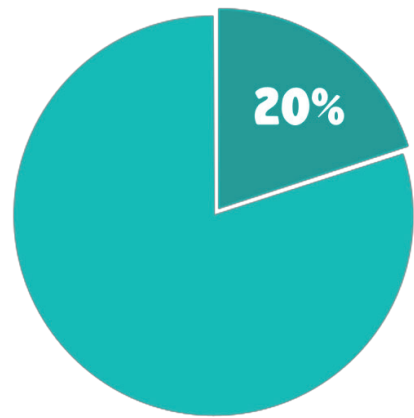
Piensos para gatos es...



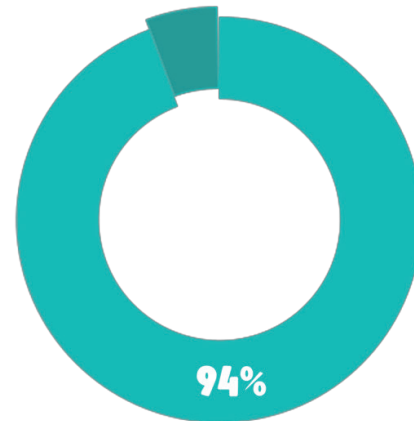
Si quieres que tu pelu...

## STEP 1: ESTRATEGIA INSTAGRAM & FACEBOOK

Para captar nuevos usuarios trabajamos tanto anuncios de marca "Superpet" como anuncios de las marcas que vendemos en el e-commerce aprovechando los diferentes formatos de Meta.

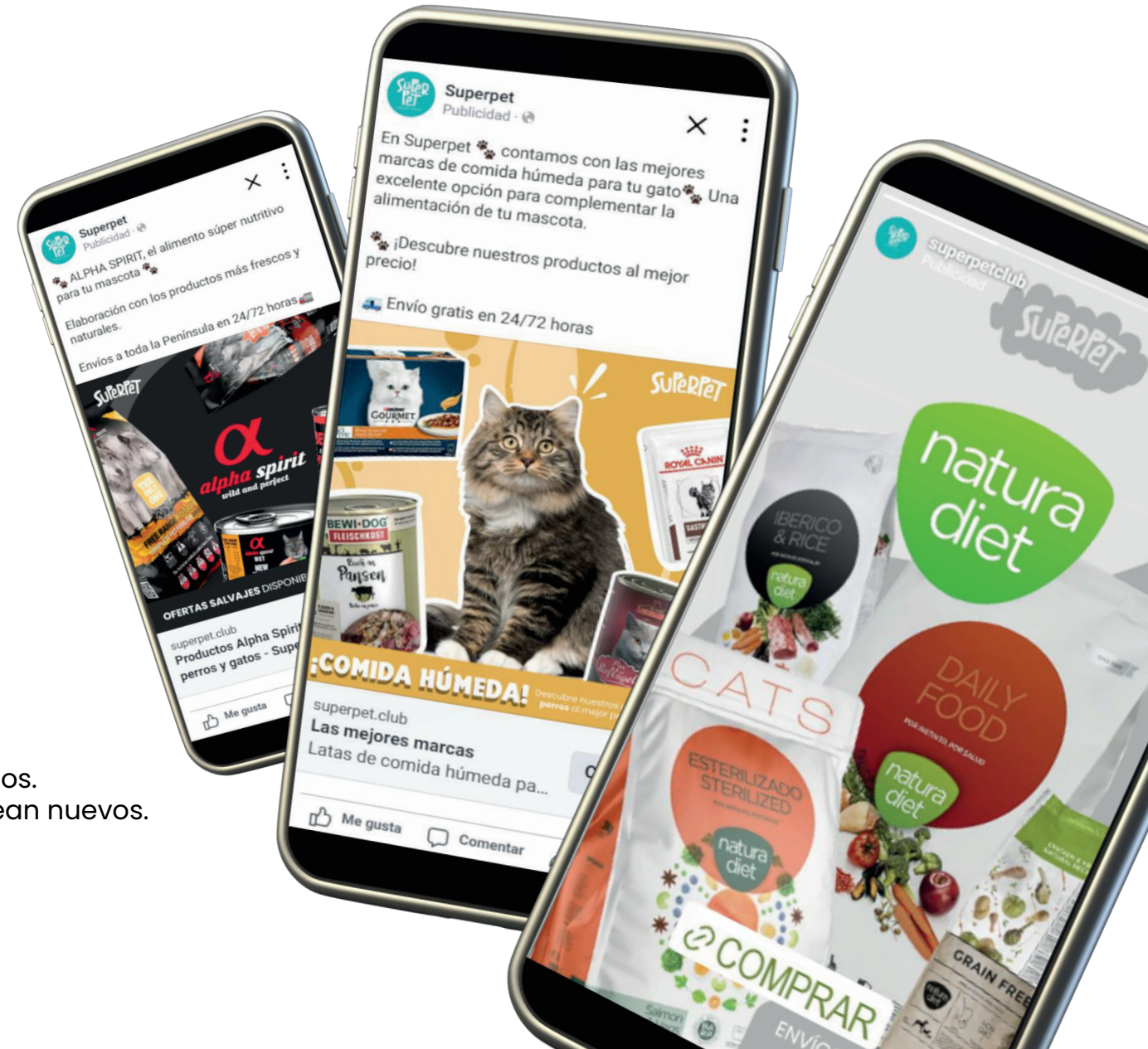


- REMARKETING
- PROSPECCIÓN



- C. RECURRENTES
- C. NUEVOS

Destinamos un 80% del presupuesto a prospección para buscar a nuevos usuarios. Con esto conseguimos que un 94% de los usuarios que entran por paid social sean nuevos.



## STEP 2: CONVERSIÓN DE USUARIO EN LA WEB

Actualmente existe una tendencia que hace que la gente este más dispuesta a comprar en una web dónde se le dé una experiencia personalizada. En nuestro caso, todavía más, el sector de las mascotas... Hay 9,3 millones de perros frente a los 6,6 millones de niños menores de 14 años

En este sentido, en un modelo de recurrencia puro como es el nuestro trabajar en esta **hiperpersonalización de la experiencia** de manera efectiva es vital para garantizar el éxito de nuestra estrategia de crecimiento.

Para nosotros un **usuario desconocido** es un usuario al que no tenemos identificado, es decir un usuario que no ha iniciado sesión en la web y no tiene cuenta en Superpet.

### ¿QUÉ VE UN USUARIO DESCONOCIDO POR PRIMERA VEZ?

Una web genérica, con un contenido estático...

Al final no sabemos si ese cliente potencial tiene gato, perro o pulpo como animal de compañía, tampoco sabemos culés son las necesidades de su mascota ni siquiera que hace aquí. Por este motivo, mostramos todo lo que podemos ofrecerle para que lo pueda ver de un solo vistazo. Ofertas Flash, Pagos fraccionados, sliders de productos por mascota, ofertas en la app, suscripción a newsletter, etc.



SUPERPET

## ¿Y QUE QUEREMOS HACER?

Básicamente, tratamos de **identificarlo** y sobre todo de **CAPTAR** a ese "USUARIO DESCONOCIDO". Algunas acciones que realizamos, todas ellas a través de Connectif.

JUEGOS  
INTERACTIVOS  
WEB

EMAIL DE  
SUSCRIPCIÓN  
A NEWSLETTER

POP-UP  
DESCARGA  
APP





## TRATAMOS DE IDENTIFICARLO Y CAPTARLO

A través de Connectif hemos preparado una home que ya no es estática, la hemos convertido en una home con contenido dinámico.

En función del tipo de mascota se muestra un contenido u otro.

Al final hay que pensar en el usuario, si un cliente tiene gato no tiene sentido que lo primero que se le muestre sean los productos más vendidos para perro.



### USUARIO CONOCIDO 1-CLIENTE CON PERROS

Busca, busca, busca...

#### TOP COSITAS

SERESTO COLLAR PERROS + 8 KG / 70CM	ACANA PACIFICA DOG	ORIJEN ADULT SMALL BREED	FRONTPRO ANTIPARASITARIO PARA PERROS 3 COMPRIMIDOS MASTICABLES	CARNÍVORO SPORT CORDERO Y ARROZ
35,45 €	75,19 €	45,44 €	36,95 €	29,95 €
<a href="#">Ver Producto</a>	<a href="#">Ver Producto</a>	<a href="#">Ver Producto</a>	<a href="#">Ver Producto</a>	<a href="#">Ver Producto</a>

### USUARIO CONOCIDO 2-CLIENTE CON PERROS

Busca, busca, busca...

#### TOP COSITAS

LENDA ADULT CAT LIGHT & STERILIZED GRAIN FREE	ORIJEN SIX FISH DOG	ORIJEN SIX FISH CAT	NATURAL GREATNESS LATA PECHUGA DE POLLO CON VERDURAS	ORIJEN ORIGINAL CAT
53,36 €	55,89 €	55,84 €	2,49 €	50,34 €



Otro ejemplo, son los carruseles dinámicos que hemos montado con Connectif.

Si el usuario es desconocido o no está registrado se muestran los productos top ventas, si está registrado se mostrarán los productos que ha visitado o comprado en su última sesión en función del tipo de mascota que tiene.

Otra forma de personalizar las comunicaciones con nuestros clientes es a través de emails segmentados por marca, mascota o tipología de producto.

## EMAILS SEGMENTADOS POR MARCA & MASCOTA

Cómo podéis ver en función del tipo de mascota se envía una comunicación con un contenido grafico distinto, pero vamos más allá y segmentamos las comunicaciones por marca, tipo de mascota y categoría.

Por ejemplo:

Lanzamos campaña promocional de comida húmeda de perros – Excluimos a usuarios que solo hayan comprado productos para gatos, o si solo queremos usuarios que compren productos de esa marca, o si es para una necesidad específica.

Como veis podemos trabajar muy fino con la BBDD y centrarnos en lo que nos interesa comunicar, que al final es lo que realmente interesa a ese usuario.

 **CONNECTIF**

**SuperPet**



## STEP 3-FIDELIZACIÓN DE USUARIOS

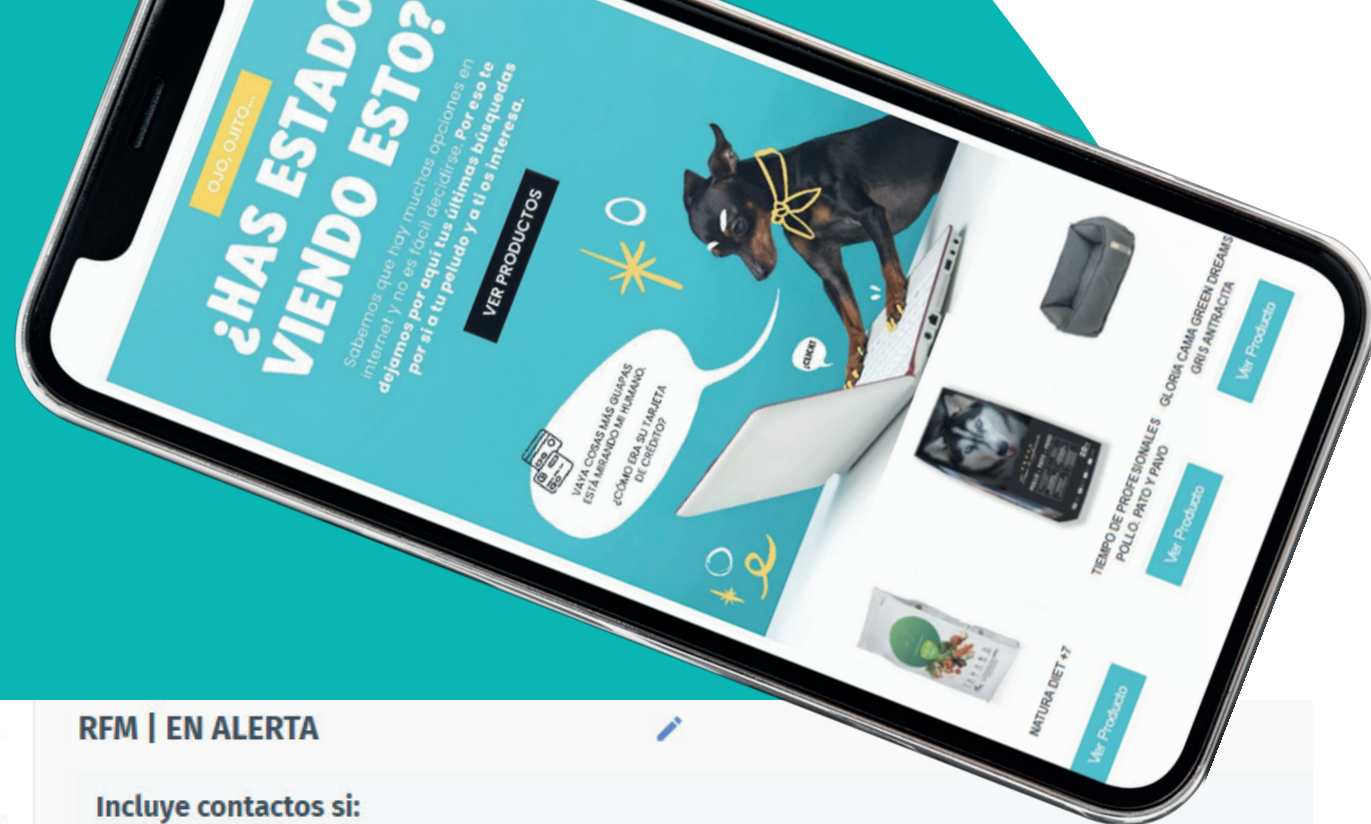
Cómo ya habéis podido ver en nuestro modelo de negocio, los clientes recurrentes son una pieza fundamental, por lo que debemos de tener muy claro su comportamiento y establecer estrategias diferentes por la tipología de cliente.

En este sentido gracias a connectif y otras herramientas hacemos una clasificación de esos usuarios recurrentes en base a una matriz RFM para comunicarnos de forma diferencial.

Por ejemplo, consideramos clientes ballena aquellos clientes que nos compran 1 vez al mes y que su ticket medio está un 90% por encima del ticket medio de la web. Obviamente trazamos una estrategia diferenciada de otro cliente que nos compra cada 3 meses y un importe inferior al ticket medio web.

Otro ejemplo sería por ejemplo el de clientes que forman parte del segmento "Alimentación seca" tenemos un periodo medio de compra por usuario donde tenemos identificado cuántos días transcurren entre sus pedidos. Podemos programar un email automático donde se le recuerda que está a punto de terminar su comida.

**Con connectif conseguimos lanzar acciones únicas de retención, reactivación y fidelización.**



### RFM | EN ALERTA

Incluye contactos si:

RFM - Segmento	Es igual a	Necesitan atención
RFM - Segmento	Es igual a	A punto de dormirse
RFM - Segmento	Es igual a	En riesgo
RFM - Segmento	Es igual a	No se pueden perder

Esta estrategia de hiperpersonalización nos ha permitido poder fidelizar a nuestros clientes y construir una base de datos de más de 35k usuarios recurrentes.



**USUARIO RECURRENTE:**  
**54.61%** Sobre el total de pedidos web y app



**USUARIO NUEVO:**  
**45,39%** Sobre el total de pedidos web y app

**CON ESTOS DATOS PODEMOS PENSAR QUE NUESTRO MODELO DE NEGOCIO ES SOSTENIBLE Y CRECE EN FORMA DE BOLA DE NIEVE**

# NUESTRA TRAYECTORIA

 **2020**

**JUNIO – MODELO  
DROPSHIPPING**

**NOVIEMBRE ALMACÉN  
200m2**

**200 SKUs DISPONIBLES**

**2 EMPLEADOS**

**+1.2k ENVÍOS**

**CIERRE DEL AÑO**

**200k €  
facturados**

 **2021**

**ALMACÉN 200m2**

**500-700 SKUs**

**4 EMPLEADOS**

**+25k ENVÍOS**

**42.878,48 €  
MARKETPLACES**

**46,53€ TICKET MEDIO**

**CIERRE DEL AÑO**

**+1,1 M €  
facturados  
465% (vs 2020)**

 **2022**

**ALMACÉN 2.000m2**

**1.500 SKUs**

**5 EMPLEADOS**

**+38k ENVÍOS**

**345.000 €  
MARKETPLACES**

**49,58€ TICKET MEDIO**

**CIERRE DEL AÑO**

**+1,8 M €  
facturados  
60% (vs 2021)**

 **2023**

**+2.000 SKUs**

**9 EMPLEADOS**

**+60k ENVÍOS**

**+600K €  
MARKETPLACES**

**59,98€ TICKET MEDIO**

**CIERRE DEL AÑO**

**+3,3 M €  
facturados  
83% (vs 2022)**

 **2024**

**11 EMPLEADOS**

**5 MARCAS  
NUEVAS  
(en el primer semestre)**



**SUPERPET**

Nuestra familia, constituida por **más de 35.000 usuarios recurrentes** y **11 personas** no deja de crecer, siempre con un mismo propósito...**construir una comunidad de personas que compartan la misma pasión por sus mascotas y valoran el bienestar de estos como algo primordial.**


# MUCHAS GRACIAS POR VUESTRO TIEMPO



LinkedIn

**JORGE FRÍAS**  
COO & CMO

 [www.linkedin.com/in/jorgefrías](https://www.linkedin.com/in/jorgefrías)

 [jorgefrías@superpet.club](mailto:jorgefrías@superpet.club)



En nombre de todo el Superpet team, **muchísimas gracias por vuestro tiempo.**

**Agradecer especialmente a todo el equipo de marketing ecommerce por reconocer el trabajo, el esfuerzo y la contribución al comercio online de todos los que formamos parte de él con estos premios.**

Es muy difícil resumir 3 años de rock & roll en unas pocas slides... Si necesitan más información o si les pica la curiosidad sobre nuestro proyecto, por aquí les dejo mis datos...

¡Estamos en contacto!



**SUPERPET**