

Proyecto StartInnova: Plan de Entrega y Evaluación Final

Canales de Comunicación, Distribución y Venta de DYNAXX

DYNAXX se vale de diferentes canales para darse a conocer y para vender a su público objetivo joven de entre 18 y 35 años al que le gusta el deporte combinado con el mundo urbano.

Canales de Comunicación

El principal planteamiento de los canales de comunicación es que el cliente sea capaz de conocerlos y de localizarlos. Por este motivo, DYNAXX se va a centrar en el marketing digital y la publicidad on-line utilizando más que nada Instagram y TikTok porque son muy visuales, permiten llegar a mucha gente y permiten contactar de forma directa con el público más joven a un nivel global.

Por otro lado, se pueden incluir otros canales de comunicación asociados al mundo del deporte y el fitness, como son, por ejemplo, los canales de los influencers del mundo del deporte y del fitness que sacan fotos y vídeos con las prendas que se venden en DYNAXX de manera que la gente empieza a reconocerse con la marca y a identificarla más fácilmente.

Por otro lado, aunque no sean redes sociales, pero sí tienen importancia, son los gimnasios y los centros deportivos donde, además de exponer, son espacios donde se hace patrocinio pero también exponer los productos que se están utilizando en la vida real para reforzar la credibilidad de la marca.



Canales de Venta

Uno de los principales canales de venta es la tienda online, alojada en Hostinger, donde los productos tienen precios entre 20 € y 65 €, permitiendo una compra directa y controlada.

Adicionalmente, DYNAXX tiene su propia tienda física de 125 m² localizada en la Calle Azorín (Torrent), que promueve (ofrece) el contacto directo con el cliente y también refuerza la identidad de la propia marca.

Por último, la marca lanza modelos de suscripción, a través del que destaca el denominado Plan básico de 50 euros/mes y el Plan Premium con un coste de 100 euros/mes, que ofrecen ventajas diferenciales y refuerzan la fidelización.

Estrategia de Canales

DYNAXX sigue una estrategia híbrida, combinando canales directos como la tienda online y física, con canales indirectos como influencers y alianzas con gimnasios, para conseguir mayor alcance, control y rentabilidad.

DYNAXX combina diferentes vías de venta. La principal es su tienda online, alojada en Hostinger, donde los clientes pueden adquirir productos con precios entre 20 € y 65 €, disfrutando de una experiencia de compra directa y controlada.

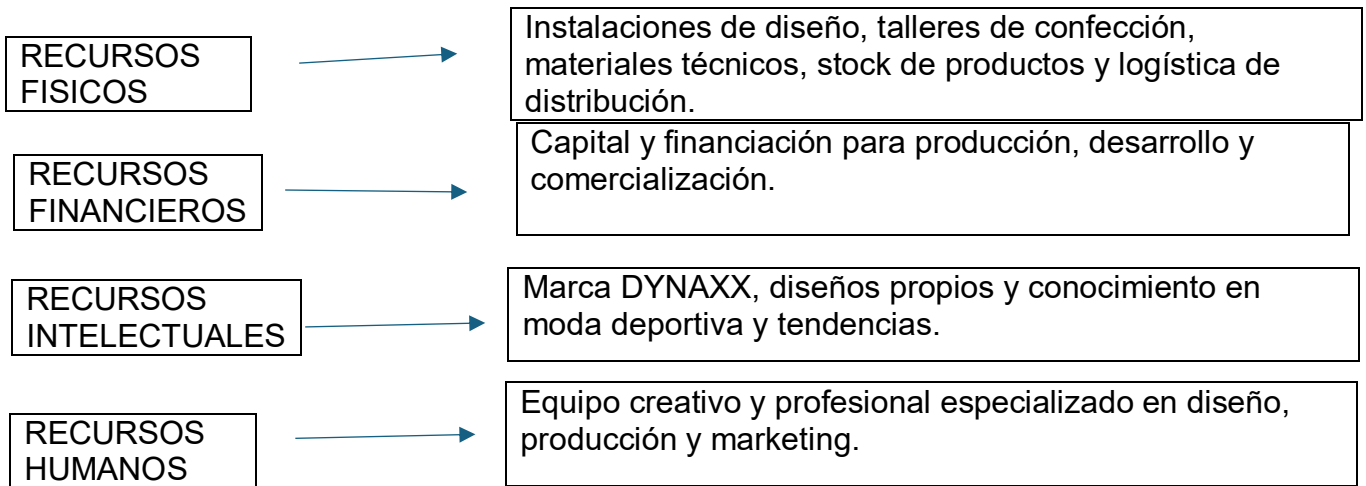
RECURSOS Y ACTIVIDADES CLAVE DEL MODELO DE NEGOCIO

INTRODUCCIÓN

DYNAXX cuenta con un modelo de negocio basado en la diferenciación mediante el diseño, ofreciendo ropa deportiva que combina rendimiento, estilo y versatilidad, pensada tanto para el entrenamiento como para el uso diario.



RECURSOS CLAVE



ACTIVIDADES CLAVE

