

Relaciones con los clientes

La relación con los clientes se basa en una atención cercana y personalizada, tanto antes como después de la compra. Se ofrece atención al cliente a través de medios digitales y un servicio postventa que incluye asesoramiento sobre el uso de las suelas y el análisis de los datos biométricos. Asimismo, se busca crear una comunidad de usuarios en torno a la marca, fomentando la fidelización mediante promociones, descuentos y contenido relacionado con el deporte y la salud.

Nuestra propuesta de packaging para las zapatillas rompe totalmente con los esquemas tradicionales del calzado deportivo al apostar por un formato cilíndrico que se aleja de la clásica caja de cartón para convertir el envoltorio en una pieza de colección más haya de su función.

El concepto visual fusiona el trazo a lápiz con los microchips y circuitos para señalar que estas zapatillas no son solo moda sino pura ingeniería.

Hemos seleccionado una paleta de colores donde el verde actúa como faro de energía sobre el fondo de papel arrugado y los grises de grafito logrando un contraste de innovación y estilo urbano.

Es un packaging pensado para el coleccionista y el amante del rendimiento que valora el proceso creativo desde el boceto inicial hasta la implementación de sensores inteligentes en la pisada. Al final lo que buscamos con este diseño es que la experiencia de estrenar unas zapatillas comience mucho antes de ponérselas transformando el simple acto de abrir un paquete en un primer contacto impactante con el futuro del deporte.





The image shows the front page of the HiDO Newsletter. At the top, there are five green 'iDO' logos in a decorative pattern. Below them is the large, bold 'HiDO' logo with a green dot above the 'i'. Underneath 'HiDO' is the word 'NEWSLETTER' in a smaller, bold green font. Below 'NEWSLETTER' is the text 'NUESTRA PRIMERA EDICIÓN' in a smaller black font. The main content area has two columns. The left column is titled '¿QUIENES SOMOS?' and contains text about the founders: '¡Hola! Somos Nils, Alex, Fran, Pablo y Unai, un grupo comprometido con el medio ambiente y con el cuidado de los deportistas, por eso decidimos crear unos playeros que se adapten a cualquier terreno y situación sin comprometer el ecosistema en su fabricación.' The right column is titled 'NUESTRA HISTORIA' and contains text about their journey: 'En 2025 empezamos a crear estas zapatillas ya que quisimos participar en un concurso llamado starinnova, lo conseguimos ganar y conseguimos financiación para hacer realidad el proyecto, el resto es historia.' Below the columns is another decorative row of 'iDO' logos.

Esta newsletter es la carta de presentación oficial de HiDO. En este primer número, la empresa busca humanizar su marca presentando al equipo fundador (Nils, Alex, Fran, Pablo y Unai) y compartiendo su origen.

¿Cuál es su función?

- **Construir Identidad de Marca:** Establece quiénes son y qué valores defienden (sostenibilidad y adaptabilidad técnica).
- **Generar Autoridad:** Utiliza el premio Starinnova como un sello de garantía y calidad ante clientes e inversores.

- **Posicionamiento de Mercado:** Identifica una oportunidad clara en el sector del e-commerce deportivo en España, presentándose como la solución directa para el consumidor digital.
- **Fidelización Temprana:** Al ser la primera edición, busca crear un vínculo emocional con el lector, invitándole a ser parte del inicio de su trayectoria

