

SHEIN

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

4ºA GRMK

Alba Buchó, Blanca Chávarri, Sara Jáñez,
Rodrigo Moreno, Álvaro Platón, Paula Pozuelo

CONTENIDO

01

INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

02

REFLEXIÓN ESTRATÉGICA

03

VRIO

04

CUSTOMER JOURNEY MAP

05

DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

06

OBJETIVOS, ESTRATEGIA Y PLAN
DE ACCIÓN

07

ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN

08

KPIs

09

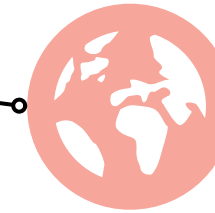
FLYWHEEL

SHEIN

Fundada en 2008
Venta de moda y accesorios



Ventaja en sector
Tendencias y precios accesibles
(Digitalizado)



Amplio catálogo
Moda y accesorio mujer, hombre, niño,
hogar, mascotas, vehiculos...



Impacto mundial
Venta a más de 220 países
Colaboración con influencers



MISIÓN

Moda asequible para todos, con precios bajos y enfoque en el cliente y experiencia de compra

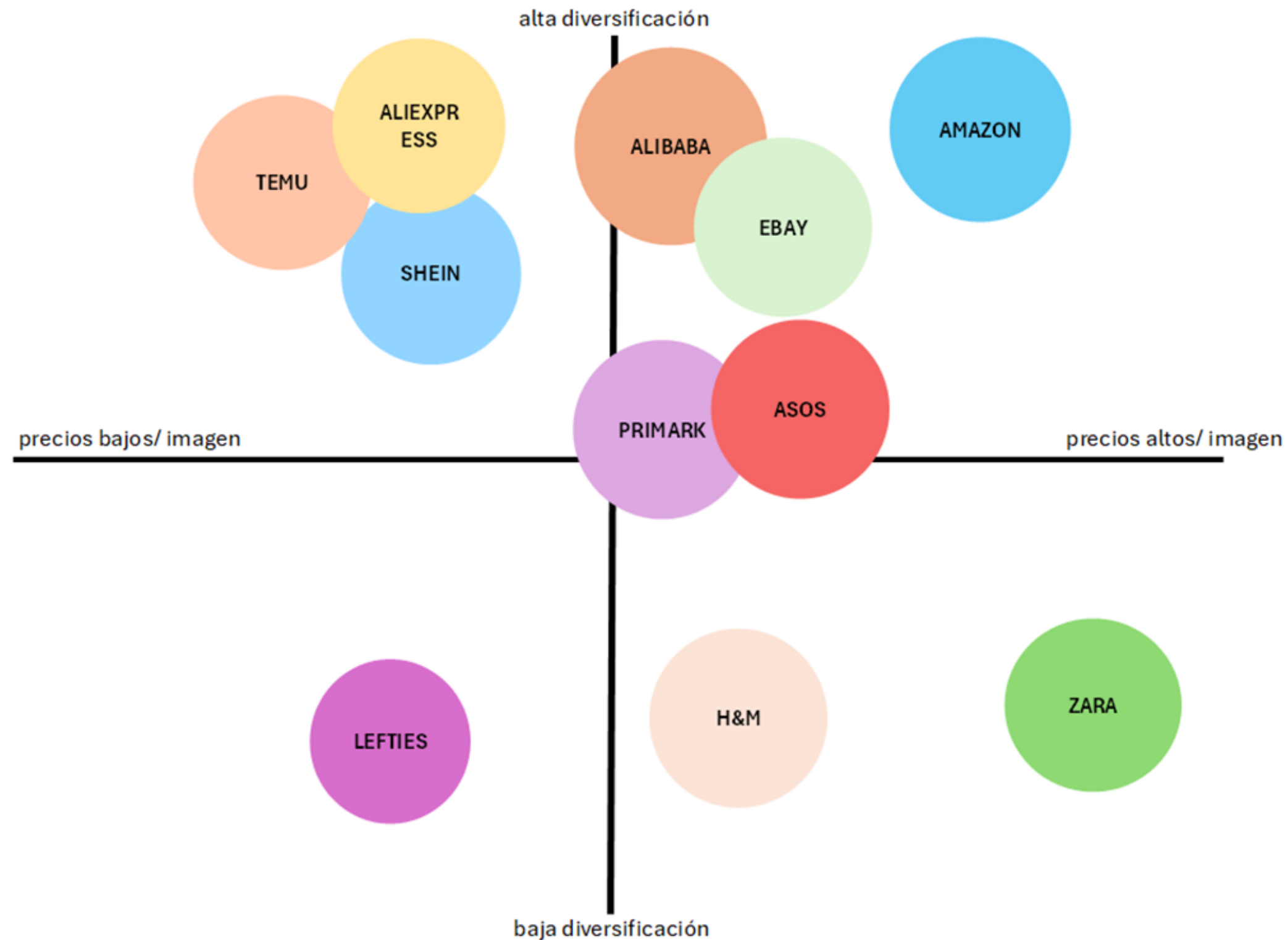
VISIÓN

Convertirse en plataforma líder de moda a nivel global

VALORES

Accesibilidad (Precios competitivos)
Innovación (Integración tecnológica)
Diversidad (De productos)
Rapidez (Adaptación de procesos y tendencias)

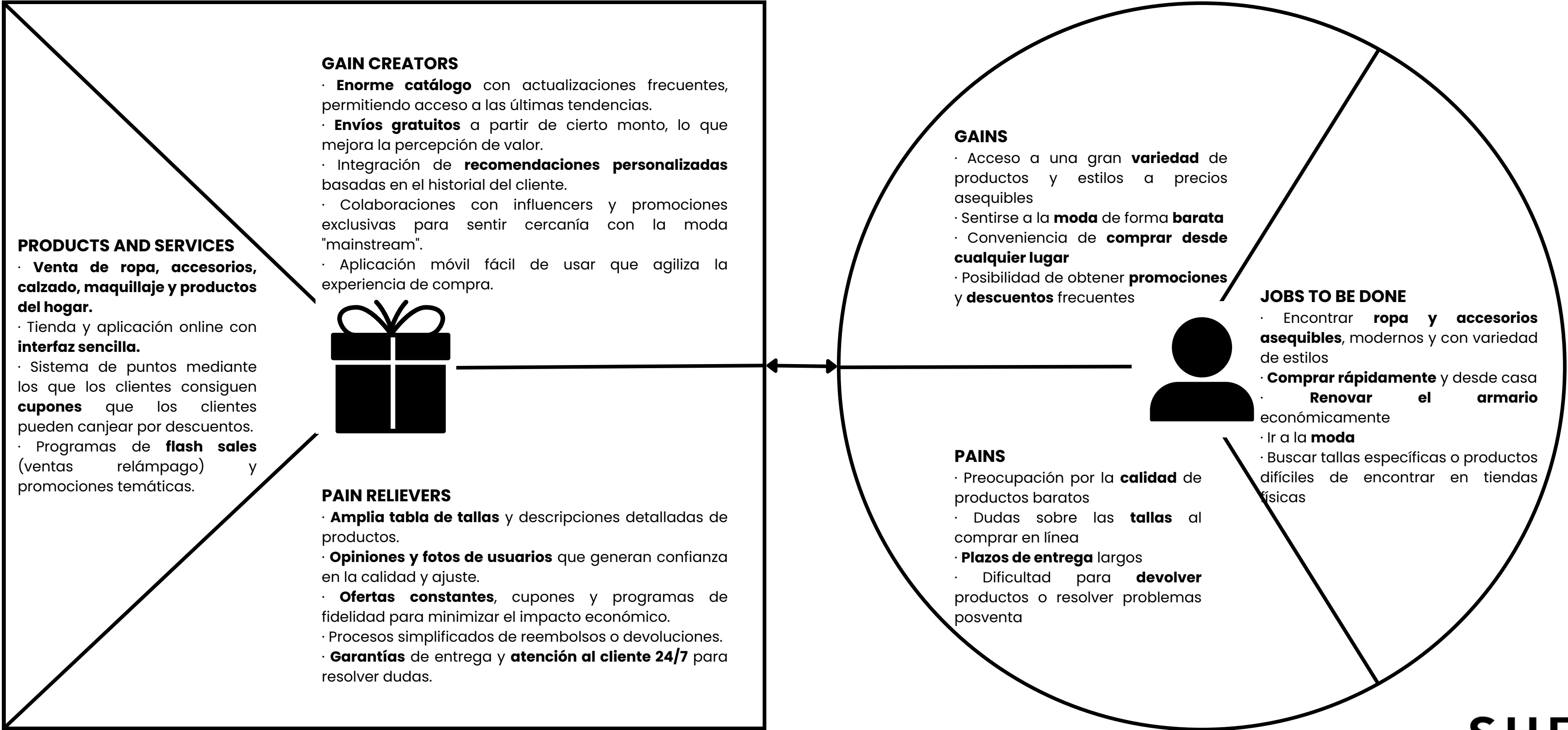
MAPA DE POSICIONAMIENTO



VRIO

Recurso	Valor (V)	Raro (R)	Imitalble (I)	Organizado (O)	Resultado
Catálogo extenso y actualizado	Si	Parcialmente	No	Si	Ventaja competitiva por explotar
Precios bajos y promociones	Si	No	No	Si	Igualdad competitiva
Estrategia digital	Si	Si	No	Si	Ventaja competitiva temporal
Big data y personalización	Si	Si	Parcialmente	Si	Ventaja competitiva temporal
Red de producción y distribución eficiente	Si	Si	Parcialmente	Si	Ventaja competitiva temporal

VALUE PROPOSITION CANVAS



SOFÍA

PERFIL DEMOGRÁFICO

- Edad: 23 años
- Género: femenino
- Ubicación: Madrid
- Nivel educativo: 1er año de universidad
- Clase socioeconómico: Bajo

COMPORTAMIENTO DE CONSUMO

- Compra 100% Online (Prefiere usar la App del móvil)
- Busca descuentos, promociones y reseñas de clientes con fotos para comprobar la calidad del producto.
- Compra una vez al mes
- Comparte sus fotos y videos con la ropa que compra para ganar puntos y descuentos en la App.

OBJETIVOS Y NECESIDADES

- Ropa barata y de calidad
- Ir a la moda
- Conexión social
- Cambio de estilo constante

PLATAFORMAS



INTERESES

- Lucir bien sin gastar mucho dinero
- Seguir tendencias
- Expresar su estilo personal
- Comprar desde su teléfono

PROBLEMAS Y FRUSTRACIONES

- Calidad de la ropa
- Largos tiempos de envío
- Poca fiabilidad de tallas

INFLUENCERS

- Creadores de contenido especializados en moda (reseñas, análisis). Maria Pombo



CARLA

PERFIL DEMOGRÁFICO

- Edad: 25 años
- Género: femenino
- Ubicación: Madrid
- Grado en publicidad y RRSS
- Clase socioeconómico: Medio

COMPORTAMIENTO DE CONSUMO

- Compra en Shein 2-3 veces al año.
- Prefiere bikinis, pareos, vestidos ligeros y accesorios como sombreros o gafas de sol.
- Hace pedidos con frecuencia en grupo para aprovechar descuentos.
- Valora las opiniones de otros clientes antes de comprar.

OBJETIVOS Y NECESIDADES

- Ropa barata y de calidad
- Conjuntos versátiles
- Publicación en RRSS
- Descuentos

PLATAFORMAS



INTERESES

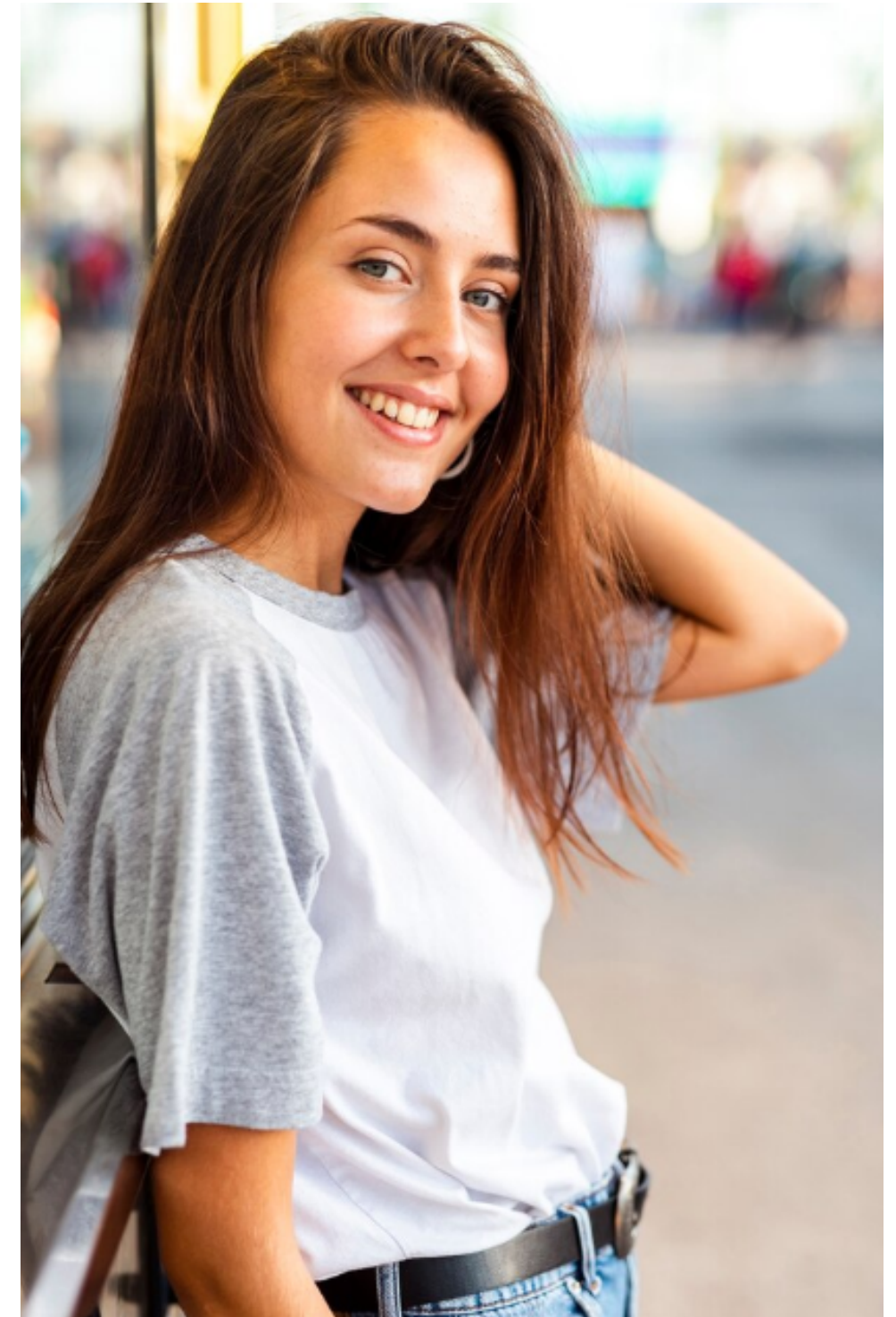
- Busca sentirse única
- Ropa versátil, tanto para playa como salidas
- Atraída por promociones y “hauls” de influencers
- Inspiración en redes sociales.

PROBLEMAS Y FRUSTRACIONES

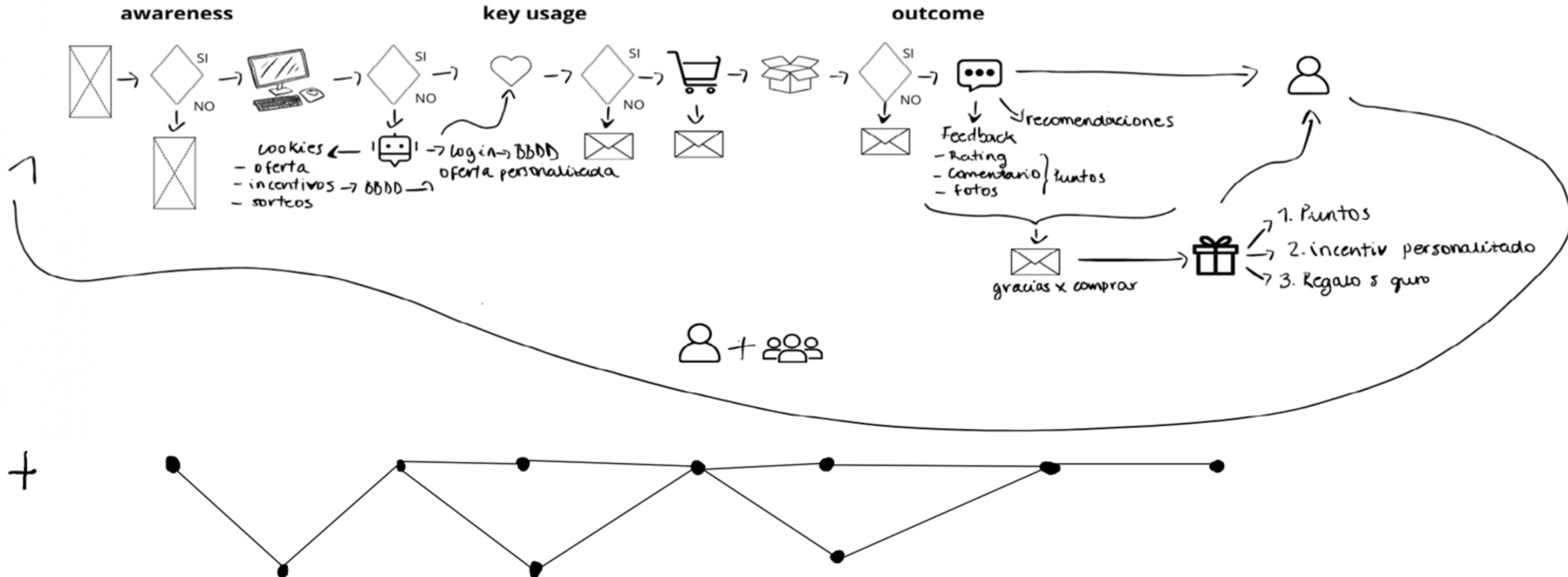
- Calidad de la ropa
- Largos tiempos de envío
- Poca fiabilidad de tallas

TIEMPO EN RRSS

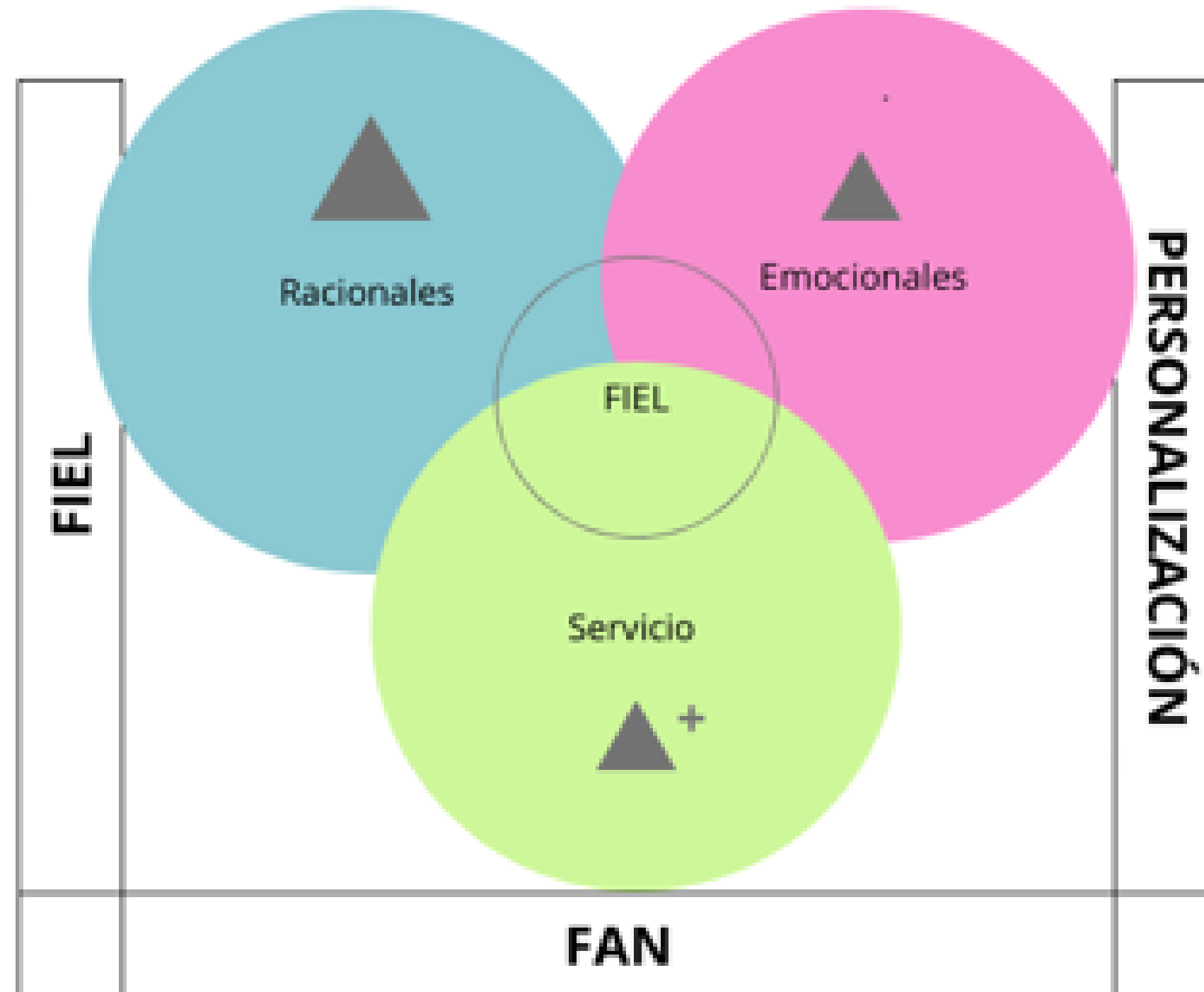
- Utiliza Tik Tok por más de 3 horas al día
- Consulta contenido de moda, viajes...
- Participa activamente en sorteos.



CUSTOMER JOURNEY MAP



OBJETIVO & ESTRATEGIA DE LA CAMPAÑA



ESTRATEGIAS

CLAIM DE LA CAMPAÑA



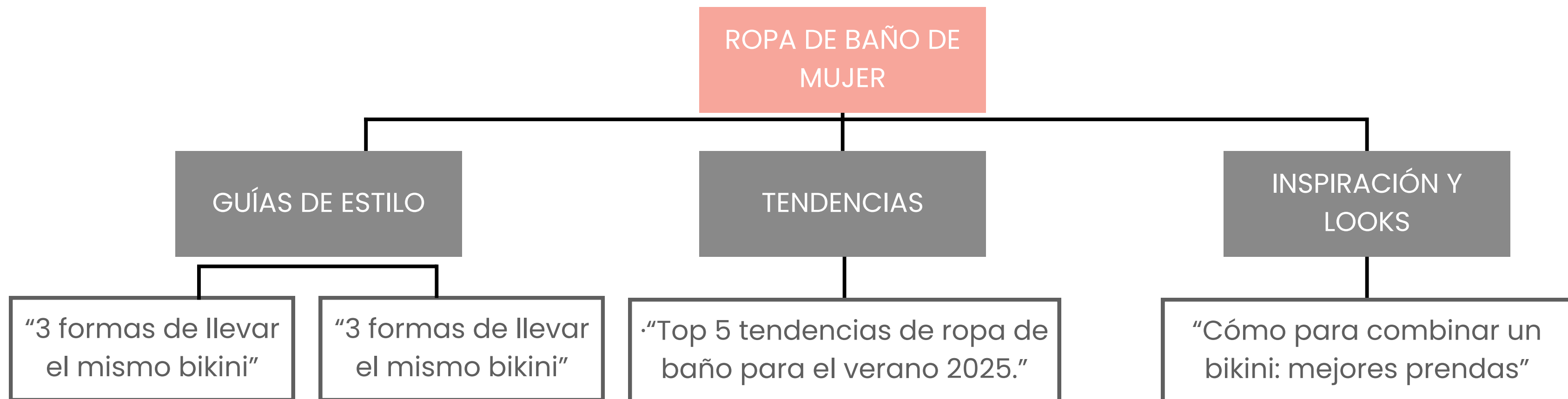
*“Crea tu summer story
de la mano de
SHEIN”*

SHEIN

ESTRATEGIAS

Pilar pages y clusters de contenido

Blog de contenido basado en ropa de baño de mujer



Métricas: tasa de rebote, tiempo el página, impresiones, usuarios, visitas, CTR

ESTRATEGIAS

Pilar pages y clusters de contenido

Ejemplo: para palabra clave *"tendencias verano 2025"*



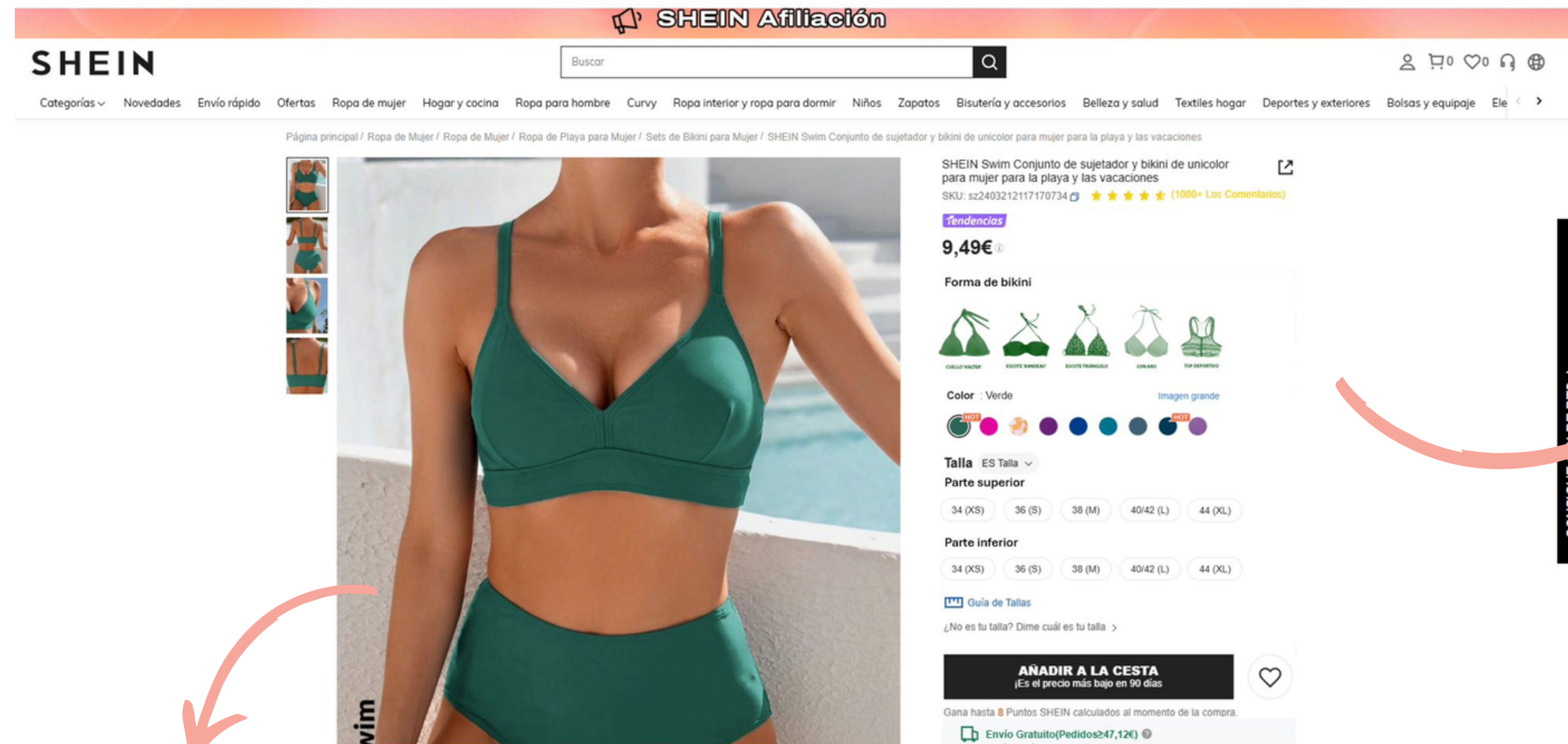
www.shein.com/es/blog/ropa-de-baño-de-mujer/tendencias-ropa-de-baño/tendencias-verano-2025/



SHEIN

ESTRATEGIAS

Configurador personalizado de Bikinis



CONFIGURACIÓN

- Elección según tono de piel
- Estilo de cuerpo
 - busto
 - cadera
 - forma
- Colorimetría

Previsualización de compra 3D

+ Productos complementarios según comportamiento de compra

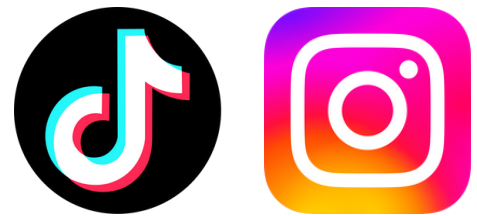
SHEIN

ESTRATEGIAS

Branded Content

STORYTELLING: nostalgia y libertad

MEDIOS:

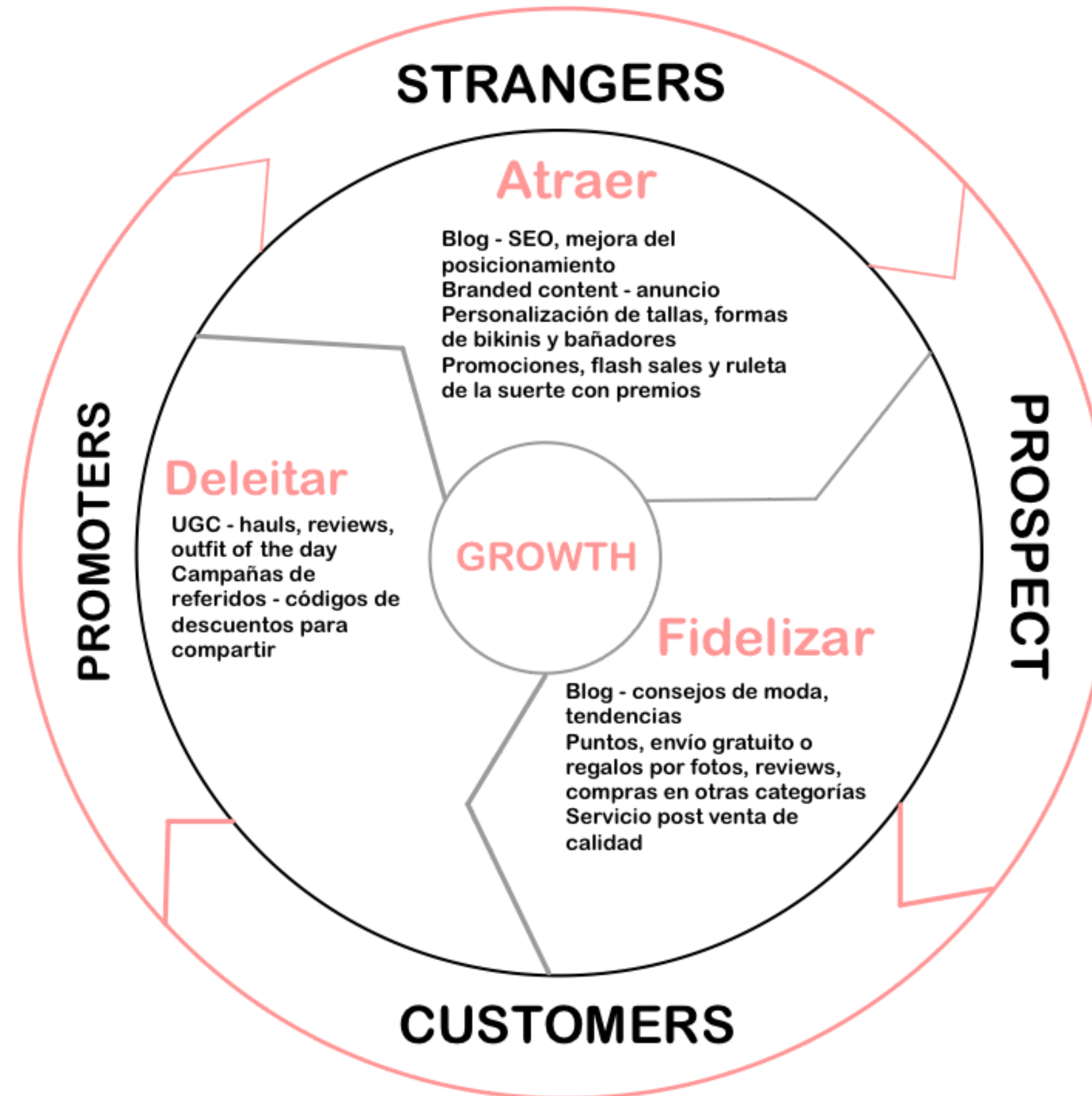


MÉTRICAS: número de visualizaciones, conversión en los anuncios de redes sociales, engagement, CTR y recuerdo publicitario



SHEIN

FLYWHEEL



GRACIAS!