



Caso práctico: Red de tiendas de ropa y equipamiento de montaña

Cómo una red de tiendas físicas del País Vasco se digitalizó con éxito gracias a una estrategia completa de marketing online

1. Contexto inicial

Una cadena regional de 14 tiendas especializadas en ropa técnica y equipamiento de montaña buscaba expandirse al entorno digital.

Aunque contaban con una clientela fiel offline, no tenían presencia online significativa y su marca era desconocida fuera del entorno local.

2. Objetivo principal

Lanzar un ecommerce funcional y competitivo que reflejara la calidad y el expertise de la tienda física.

El objetivo era atraer nuevos clientes y ampliar su alcance geográfico a nivel nacional.

3. Acciones clave y estrategia aplicada

- **Creación de tienda online**
Diseño de una web con estructura clara, centrada en el usuario, optimizada para SEO y responsive.
- **Arquitectura de categorías técnica**
Organización de productos por tipo de actividad, nivel de experiencia, marcas y condiciones climáticas.
- **Marketing de contenidos**
Blog con consejos, rutas, recomendaciones y pruebas de producto realizadas por expertos.
- **Campaña de lanzamiento multicanal**
Redes sociales, email marketing y colaboraciones con influencers del sector outdoor.
Incluyó trabajo directo con el presentador de un reality de aventura.
- **SEO técnico + contenido**
Creación de landings específicas para marcas y actividades, con enlaces internos bien estructurados.

- **Email marketing segmentado**
Automatizaciones por tipo de cliente (alpinismo, senderismo, escalada, trail running) y comportamientos de compra.
 - **Presencia en medios**
Patrocinio de un reality de aventura grabado en entornos como Iguazú, Colombia, República Dominicana y el País Vasco, generando gran visibilidad de marca.
-

4. Herramientas utilizadas

- **WordPress + PrestaShop:** para el ecommerce
 - **Elementor + plugins avanzados:** para personalización
 - **Mailchimp:** automatización y fidelización
 - **Google Analytics, Search Console y VWO:** análisis y test de comportamiento
-

5. Resultados

-  Lanzamiento exitoso del ecommerce con más de **3.000 productos indexados**
 -  **+45% de crecimiento** en ventas online el primer año
 -  **+65% de aumento de notoriedad** de marca en búsquedas orgánicas
 -  Tasa de apertura de emails del **47%** con automatizaciones personalizadas
 -  Asociación clara de marca con valores como **aventura, naturaleza y confianza**
-

Conclusión

Una estrategia digital integral, orientada a objetivos concretos, permitió a una empresa local competir a nivel nacional sin perder su identidad.

La combinación de contenido, tecnología y visibilidad marcó la diferencia.

 ¿Quieres lanzar o consolidar tu tienda online con una estrategia adaptada a tu sector?

[Hablemos.](#)