

**\*\*Propuesta de Campaña de Marketing: "Club Farmapronto+"\*\***

**\*\*Fecha:\*\* 10 de Julio de 2024**

**\*\*Departamento:\*\* Marketing y Lealtad**

---

### **\*\*1. Objetivos de la Campaña\*\***

El objetivo principal de esta campaña es incrementar en un 20% el número de miembros activos en nuestro programa de lealtad "Club Farmapronto+" durante el próximo trimestre (Q3 2024).

#### **\*\*Objetivos Secundarios:\*\***

- Aumentar la frecuencia de compra de los miembros actuales en un 15%.
- Incrementar el ticket promedio de los miembros en un 10%.
- Recopilar datos de preferencias de compra para personalizar futuras ofertas.

---

### **\*\*2. Público Objetivo\*\***

La campaña se dirigirá a dos segmentos principales:

- **\*\*Clientes No Miembros:\*\*** Clientes recurrentes que realizan compras pero aún no se han inscrito al programa. El enfoque será comunicar los beneficios inmediatos y el ahorro a largo plazo.
- **\*\*Clientes Miembros Inactivos:\*\*** Miembros que no han realizado una compra en los últimos 90 días. El objetivo es reactivarlos con una oferta exclusiva.

---

### **\*\*3. Estrategia y Canales de Comunicación\*\***

Se implementará una estrategia omnicanal para maximizar el alcance y la conversión.

#### **- \*\*En Tienda (In-Store):\*\***

- **\*\*Material POP:\*\*** Colocación de carteles, flyers y tótems en puntos estratégicos (entrada, mostrador, pasillos de alta afluencia) con un llamado a la acción claro: "Únete al Club y ahorra hoy mismo".
- **\*\*Capacitación del Personal:\*\*** Los cajeros y farmacéuticos serán la principal fuerza de inscripción. Se les incentivará con un bono por cada 50 nuevos miembros registrados. Deberán explicar proactivamente los beneficios al momento del pago.

- **Digital:**

- **Campaña de Email Marketing:** Se enviará una secuencia de 3 correos a nuestra base de datos de clientes no miembros, destacando: 1) Beneficios del club, 2) Testimonios de ahorro, 3) Oferta de bienvenida.

- **Redes Sociales (Facebook e Instagram):** Creación de anuncios segmentados por geolocalización (cercanía a sucursales) y por intereses (salud, bienestar, familia). Se utilizarán videos cortos y gráficos atractivos.

- **Notificaciones Push en la App:** Se enviarán notificaciones a los usuarios de la app que no sean miembros, invitándolos a unirse con un solo clic.

---

**4. Mensajes Clave y Oferta de Bienvenida**

**Mensaje Principal:** "En Farmapronto, tu lealtad te premia. Únete al Club Farmapronto+ y empieza a acumular puntos, recibir descuentos exclusivos y cuidar tu salud ahorrando."

**Ofertas de Incentivo:**

- **Para Nuevos Miembros:** Acumula puntos dobles en tu primera compra y recibe un cupón de 15% de descuento para tu segunda visita.

- **Para Reactivación de Miembros:** "¡Te extrañamos! Usa este cupón de 20% de descuento en tu próxima compra de productos de marca propia."

---

**5. Presupuesto Estimado**

Partida	Costo Estimado (MXN)
Impresión de Material POP	\$50,000
Pauta en Redes Sociales	\$150,000
Incentivos para Personal	\$40,000
Diseño Gráfico y Copywriting	\$30,000
<b>Total</b>	<b>\$270,000</b>

---

**6. KPIs y Medición de Resultados**

El éxito de la campaña se medirá a través de los siguientes indicadores clave de rendimiento (KPIs):

- **Número de Nuevos Miembros Registrados:** Meta: 5,000 nuevos miembros.

- **Tasa de Conversión (Anuncios Digitales):** Porcentaje de clics que resultan en un registro.

- **\*\*Tasa de Reactivación:\*\*** Porcentaje de miembros inactivos que realizan una compra.
- **\*\*Frecuencia de Compra (Miembros Activos):\*\*** Comparativa antes y después de la campaña.
- **\*\*Retorno de Inversión (ROI):\*\***  $(\text{Ingreso incremental generado por miembros} - \text{Costo de la campaña}) / \text{Costo de la campaña}$ .

Se generará un reporte semanal para monitorear el avance hacia los objetivos.