



Mike tiene una empresa de busos y chaquetas con mensajes de empoderamiento, mensajes sociales y bandas de todo tipo, llamada **Busos y Chaquetas con actitud**. Como era un emprendimiento, hicieron el marketing de la empresa de forma autónoma y empírica.

Empezó a vender sus chaquetas y busos, pero con un margen de ganancia muy bajo. Por cada prenda que vendía a \$100, estaba invirtiendo \$70 en publicidad y \$20 se iban en los costos fijos de la marca.

Te contacta a ti y te cuenta que está un poco abrumado porque él mueve los productos por redes sociales y comparte solo las fotos de lo que vende, paga bastante publicidad y no puede subir el precio de su producto porque dejaría de ser competitivo en el mercado.

Te muestra que tiene una segmentación de hombres y mujeres de 14 a 25 años, que están en su ciudad, México DF y sus alrededores, con personas que tienen intereses en ropa. Te contrata para que le ayudes a identificar su retorno de inversión y las posibles acciones que debe hacer para mejorar el retorno de inversión.



RETROALIMENTACIÓN

Has superado el reto si en tu análisis identificas:

1. El ROI actual es de \$10 porque es lo que le queda por venta de producto.
2. Se debe aumentar el rango de edad de la segmentación a personas con mayor poder adquisitivo entre 20 y 30 años, que estén interesados en el crecimiento personal y apoyen diferentes causas sociales, como ONGs y organizaciones como Unicef.

Dentro de las estrategias que se den desarrollar propusiste:

- Desarrollar contenido más emocional e inspiracional con su ropa para el público objetivo.
- Hacer concursos en los que de obsequios de su ropa y así generar mayor interacción con las personas y un voz a voz.
- Para incrementar el voz a voz, empezar a tener una relación más cercana con su audiencia.

Buscar influenciadores que le ayuden a promover sus productos.