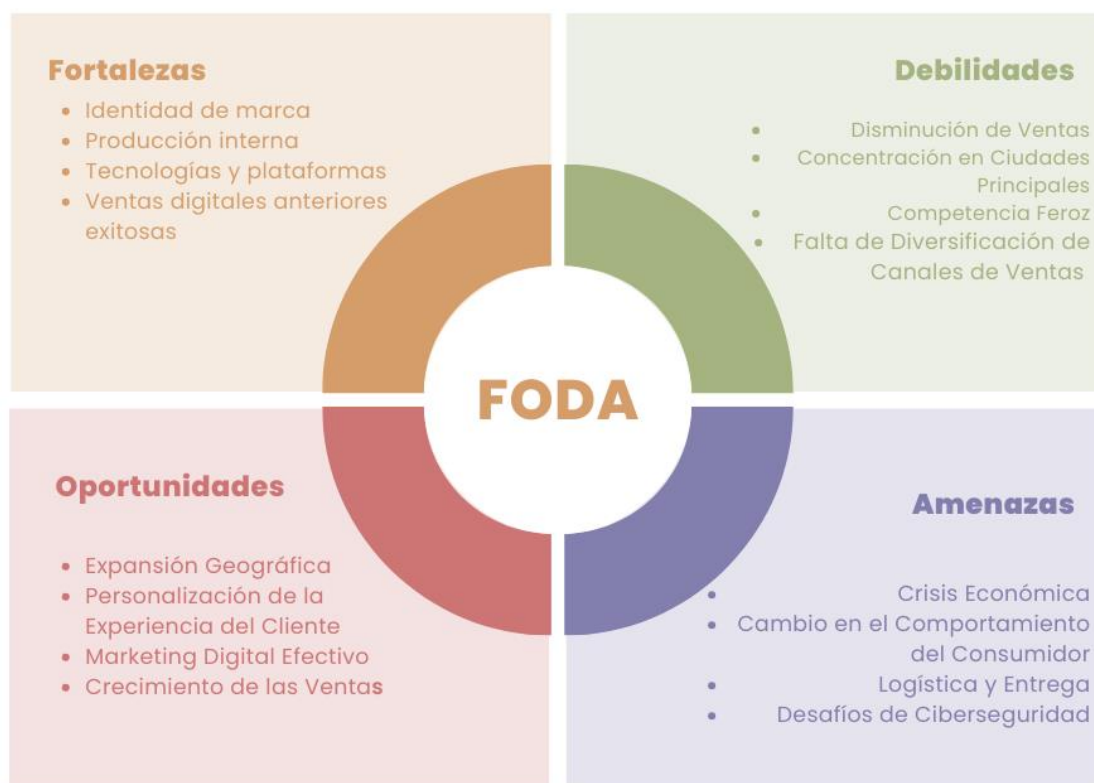


Análisis FODA

Figura 1.

Análisis DOFA de las ventas digitales de la marca Sixxta.21



Fortalezas

Sixxta presenta varias fortalezas en su enfoque de ventas digitales. Su identidad de marca única y la calidad de sus productos le otorgan una posición sólida en el mercado. Además, contar con tiendas físicas y participar en espacios como "Colombia Diseña" en Falabella brinda una presencia omnicanal valiosa. La plataforma Shopify proporciona datos en tiempo real, permitiendo una toma de decisiones ágil.

Oportunidades

Las oportunidades para Sixxta se encuentran en la expansión de sus ventas digitales a nivel nacional e internacional. Dada la disminución en las ventas digitales en 2023, existe una necesidad de explorar nuevos mercados y estrategias para llegar a una audiencia más amplia. La marca también puede capitalizar en su identidad única para destacar en la competencia global.

Debilidades

El análisis identifica ciertas debilidades, como la concentración en ciudades principales y la falta de exploración en mercados más amplios. La disminución de las ventas digitales sugiere posibles deficiencias en las estrategias actuales de generación de ventas en línea. La falta de diversificación geográfica y la dependencia de ciertos meses para ventas son áreas para mejorar.

Amenazas

Las amenazas se derivan de la competitividad creciente en el mercado de ventas digitales y la necesidad de adaptarse a la evolución constante de las tendencias digitales. La disminución en las ventas digitales en 2023 plantea una amenaza inmediata que requiere acción. La globalización y la entrada de nuevas marcas en el mercado pueden afectar la cuota de mercado de Sixxta.

A partir del análisis FODA, se proponen estrategias específicas. Para capitalizar las fortalezas, Sixxta puede mejorar la visibilidad en línea a nivel nacional e internacional, destacando su identidad única y diferenciadora. Para aprovechar las oportunidades, la marca debe explorar activamente nuevos mercados y fortalecer su presencia en plataformas digitales internacionales. Abordar las debilidades implica diversificar geográficamente y optimizar las

estrategias de ventas digitales. Frente a las amenazas, la marca debe mantenerse ágil, actualizando constantemente sus estrategias en respuesta a la competencia y las tendencias cambiantes del mercado.