

Plakks, la startup de juegos de mesa deportivos, apuesta por Directia para la logística de su ecommerce

[Multimedia](#)

"Pitch&Plakks" es el nombre del nuevo juego de la startup, que ya en preventa ha recaudado ya más de 145.000 euros y cuenta con 1.800 compradores solo en su prelanzamiento. Plakks ha vendido más de 6.000 juegos desde su primer lanzamiento a finales de 2019, principalmente en España (40%) y en Estados Unidos (38%). Con su crecimiento y su apuesta por un modelo de negocio 100% digital surge la necesidad de externalizar la gestión de la logística de su ecommerce a través de Directia

La startup española [Plakks](#), que desarrolla juegos de mesa deportivos fabricados en madera para revolucionar el ocio en casa, ha optado por Directia, la unidad de negocio de Mediapost especializada en soluciones logísticas, para la gestión de su [logística ecommerce](#) y el impulso de su negocio online.

Con más de 6.000 juegos de "Plakks" vendidos desde su primer lanzamiento en diciembre de 2019, y con solo dos años y medio de vida, la startup ya está de lleno en la venta de su segundo juego: "Pitch&Plakks". El lanzamiento de este nuevo juego ha recaudado ya más de 145.000 euros y cuenta con 1.800 compradores solo en su prelanzamiento. Los juegos de esta startup española se venden casi tanto en Estados Unidos (38%) como en España (40%), aunque también llegan a Reino Unido (8%), Francia (7%) y Alemania (5%), entre otros países.

Con el éxito del juego, las perspectivas de su próximo lanzamiento y la apuesta por un modelo de negocio 100% digital (el tráfico de su ecommerce ha crecido un 266% desde 2019), llega la necesidad de contar con apoyo logístico para seguir creciendo. Por ello, Plakks ha cerrado un acuerdo con Directia, de Mediapost.

Los fundadores de Plakks, Haritz Múgica y Jordi Domínguez, afirman que han apostado por el canal ecommerce "por su amplio alcance, queremos que el juego esté disponible para todo el mundo. También, gracias a las métricas que obtenemos durante la visita a la web y la venta, podemos conocer mejor a nuestro target y obtener información muy valiosa de cara a diseño de nuestros próximos productos".

Apostaron por Directia tras visitar su sede en Polinyà, [entrevistarse con el equipo](#) y percatarse del alcance de los servicios de marketing relacional que ofrece Mediapost, que les permitirán un impulso de su negocio a través tanto de las soluciones logísticas como de la gestión global en cuestiones como la

atención al comprador o la inteligencia de datos. “Para nosotros es fundamental poder entregar el producto al cliente final de forma rápida, óptima y sin problemas. Se trata de cuidar la confianza en la marca” afirman Múgica y Domínguez.

Por su parte, David Arteaga, responsable de Directia, ha explicado que “proyectos como el de Plakks, una empresa pequeña con un enorme alcance y una proyección aún mayor, son los que nos impulsan a trabajar cada día mejorando nuestros servicios para ofrecer los mejores resultados posibles. Para una startup como Plakks, apostar por la logística es clave para seguir creciendo”.
