

**Diseño de una propuesta de medios digitales para el mejoramiento de la presencia digital
de la empresa Rent Advisor**

**Luis Miguel Arango Santos, Luisa Fernanda Mendoza González, Diana Marcela Aguirre
Marín**

**Trabajo de grado para optar el título en profesional en Especialización en Gerencia de los
Negocios Internacionales**

Director

David Andrés Suárez Suárez

Magister en Dirección y Administración de Empresas

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Especialización en Gerencia de los Negocios Internacionales

2022

Contenido

Introducción	8
1. Diseño de una propuesta de medios digitales para el mejoramiento de la presencia digital de la empresa Rent Advisor	9
2.Objetivos	9
2.1 Objetivo General	9
2.2 Objetivos Específicos	9
3. Marco teórico.....	9
4. Marco legal	12
5. Diagnóstico del plan de medios digitales	15
5.1 Rent Advisor S.A	15
5.2 Situación actual de los Medios Digitales	15
5.3 Publico Objetivo.....	20
5.4 DOFA de los Medios Digitales	23
5.5 Análisis de la competencia Digital.....	24
5.5.1 Competidores.....	25
5.5.2 Análisis del Ranking de la Pagina Web	25
5.5.3 Análisis SEO de la Pagina Web	27
5.5.4 Análisis de Redes Sociales	29
6. Propuesta de creación o mejoramiento del plan de medios digitales	31
6.1 Plan de Acción	31
6.2 Objetivos	32
6.3 Estrategias	32

6.4 Tácticas.....	32
6.5 Análisis del Plan.....	37
6.6 Desarrollo del Plan de Acción.....	37
6.6.1 Facebook e Instagram ADS.....	37
6.6.2 LinkedIn ADS	39
6.6.3 Google ADS	40
6.6.4 Estrategia SEO.....	40
6.7 Presupuesto para el plan de Medios	41
7. Conclusiones.....	42
Referencias.....	44

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Sitio Web de Rent Advisor</i>	16
Figura 2. <i>Calificación del Rendimiento SEO del Sitio Web</i>	17
Figura 3. <i>Anuncio en Google de la Estrategia SE</i>	17
Figura 4. <i>Perfil de Negocio de la empresa</i>	18
Figura 5. <i>Landing Page de Rent Advisor</i>	18
Figura 6. <i>Fan Page de Rent Advisor</i>	19
Figura 7. <i>Página de LinkedIn de Rent Advisor</i>	19
Figura 8. <i>Primera Empresa Ideal Buyer Persona</i>	21
Figura 9. <i>Segunda Empresa Ideal Buyer Persona</i>	22
Figura 10. <i>Comparativo del Ranking de las Páginas Web</i>	26
Figura 11. <i>Comparativo del SEO de las Páginas Web</i>	28
Figura 12. <i>Comparativo de Redes Sociales</i>	30
Figura 13. <i>Creación de Cuenta en Instagram de Rent Advisor</i>	38
Figura 14. <i>Campañas de Facebook ADS para el plan</i>	39
Figura 15. <i>Campañas en LinkedIn ADS para el Plan de Medios</i>	39
Figura 16. <i>Campaña en Google ADS para el plan de medios</i>	40
Figura 17. <i>Blog sobre el Alquiler de Computadores e Impresora</i>	41

Lista de Tablas

Tabla 1. <i>DOFA de los Medios Digitales de Rent Advisor</i>	23
Tabla 2 . <i>Plan de Acción para las estrategias de Medios Digitales</i>	32
Tabla 3. <i>Presupuesto de las estrategias del plan</i>	41

Resumen

El presente estudio precisa sobre estrategias de medios digitales, se diseña una propuesta para mejorar la presencia digital de la empresa Rent Advisor, dedicada al alquiler de equipos tecnológicos, ubicada en la Ciudad de Bogotá con presencia comercial a nivel nacional; esta propuesta pasa por las fases de identificación de las herramientas digitales que usa la empresa, el análisis de la competencia y las estrategias de posicionamiento de marketing digital. En la primera fase de este proyecto, en la que se enfatiza el uso actual de las herramientas para el posicionamiento digital, se encuentra poca presencia de la empresa en las redes sociales, aunque tiene estrategia SEO y SEM que le ha permitido tener el sitio web con posicionamiento, sus palabras claves de búsqueda están enfocadas de manera errónea.

En la segunda fase, el análisis de la competencia, se encuentra una clara ventaja de sus mayores competidores, debido a que pautan y son activos en las redes sociales, además, sus estrategia SEO está bien enfocadas, ya que sus palabras claves cuentan con tendencia alta de búsqueda, por último, se llega a la formulación de estrategias de marketing digital por medio de un plan de acción para darle un mejor posicionamiento a la empresa, introduciendo campañas publicitarias en Facebook, Instagram, LinkedIn y Google ADS, enfocando estas campañas en reconocimiento de marca, conversión y alcance, de esa manera se genera la proyección de un presupuesto y se establecen métricas que permitirán evaluar el desempeño de las campañas.

Palabras claves: medios digitales, redes sociales, google, buyer persona, página web

Abstract

This study specifies on digital media strategies, a proposal is designed to improve the digital presence of the company Rent Advisor, dedicated to the rental of technological equipment, located in the City of Bogotá with commercial presence nationwide; this proposal goes through the phases of identification of the digital tools used by the company, the analysis of the competition and the strategies of digital marketing positioning. In the first phase of this project, in which the current use of tools for digital positioning is emphasized, there is little presence of the company in social networks, although it has SEO and SEM strategy that has allowed it to have the website with positioning, its search keywords are focused in the wrong way.

In the second phase, the analysis of the competition, there is a clear advantage of its biggest competitors, because they guide and are active in social networks, in addition, their SEO strategy is well focused, since their keywords have a high search trend, Finally, the formulation of digital marketing strategies is reached through an action plan to give a better positioning to the company, introducing advertising campaigns on Facebook, Instagram, LinkedIn and Google ADS, focusing these campaigns on brand recognition, conversion and reach, in this way the projection of a budget is generated and metrics are established that will allow evaluating the performance of the campaigns.

Keywords: digital media, social media, google, buyer person, website

Introducción

Hoy en día, las organizaciones buscan llegar en donde los clientes se encuentran, y los medios digitales como las Redes Sociales y Navegadores son los espacios donde hay un mundo entero de personas, es por eso, que el marketing digital se convierte en la estrategia global de cualquier compañía para abarcar el mundo digital. Rent Advisor es una compañía que se dedica al alquiler de equipos tecnológicos, cuenta con 70 empleados, su propósito de Mega Vision es convertirse en una organización disruptiva y 100% innovadora.

Para llegar a una propuesta de Medios Digitales para Rent Advisor S.A. es fundamental empezar por conocer que la Gerencia tiene como objetivo estratégico invertir en marketing digital para aumentar los clientes y ventas a largo plazo, han realizado varios intentos de crear un plan de medios, pero no lo han conseguido, esto es debido a que no tiene la preparación y formación sobre marketing digital, los avances han sido pocos. Por otro lado, resaltar la disposición de todas las áreas de la compañía para suministrar información y contribuir a las estrategias que se plantearan en esta propuesta de plan de medios digitales.

1. Diseño de una propuesta de medios digitales para el mejoramiento de la presencia digital de la empresa Rent Advisor

2.Objetivos

2.1 Objetivo General

Diseñar una propuesta de Medios Digitales para el mejoramiento de la presencia digital de la empresa RENT ADVISOR S.A en el mercado de alquiler de equipos Tecnológicos a Nivel Nacional.

2.2 Objetivos Específicos

- Identificar el uso de las herramientas digitales que se utiliza para el posicionamiento de la empresa Rent Advisor
- Determinar la presencia digital de la competencia real y potencial en el mercado colombiano para la empresa Rent Advisor
- Formular estrategias y tácticas de marketing digital para el posicionamiento de la empresa Rent Advisor

3. Marco teórico

El sector TIC en Colombia está formado por las industrias manufactureras o de servicios cuya actividad principal está vinculada con el desarrollo, producción, comercialización y uso intensivo de las tecnologías de la información y las comunicaciones, engloba una parte de la economía, Colombia es considerada como el cuarto mercado de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones más importante de América Latina (MINTIC, s.f.).

Las primeras teorías y modelos de los negocios en los medios digitales se remontan a finales de la década de los 70, el inglés Michael Aldrich creó un modelo revolucionario, logró hacer las primeras transacciones electrónicas informáticas de ventas, lo que años después se conoció como Comercio Electrónico, con este modelo se les dio paso a las primeras transferencias financieras B2B (Business to Business). El comercio electrónico se consolidó en Colombia y en el mundo durante 2020 y parte de ese impulso experimentado en las ventas en línea en el país se ha mantenido en lo corrido de enero a septiembre de 2021. (CCCE, 2021). Con el anterior concepto, se buscará que la organización tenga una forma de vender ágilmente, ya que le permitirá brindar flexibilidad a los clientes a la hora de adquirir algún servicio y también, crear nuevas relaciones comerciales.

Pasando a las teorías más recientes, Philip Kotler, considerado el padre del marketing moderno, establece que en el antiguo Marketing las empresas detenían toda la información y los consumidores sólo sabían lo que veían por la publicidad, en el nuevo marketing, se basa en la economía digital donde las nuevas tecnologías son las principales herramientas para llegar a los clientes y ganar una mayor participación de mercado. De esta manera podemos observar que el Marketing Digital se ha convertido en una de las herramientas más poderosas para las Pymes por su nivel de penetración al que las empresas dirigen sus esfuerzos de comunicación y publicidad. Según Acosta, (2019), ha incrementado la importancia del marketing digital como modelo de comercialización eficaz, posicionándolo como una prioridad para las empresas que desean aumentar su alcance y presencia en la web. (pp. 23-24).

Por otro lado, para desarrollar este proyecto nos basamos en el modelo de estrategias de marketing de Simon Collin, en la que determina que el Internet es una de las herramientas del marketing más eficaces que una compañía puede utilizar para promover su marca, su servicio o

sus productos, ya que nos ofrece una completa gama de recursos que le permite a las empresas llegar a los clientes tanto actuales como recientes. Este concepto se aplicará en busca de enganchar a los lectores y atraerlo a la página web para crear una interacción con el usuario y que trascienda más allá de una transacción comercial. Colombia tiene 35,5 millones de internautas a enero de 2022, al inicio de 2022, el uso de Internet en Colombia es del 69,1% de la población total. (MinTIC, 2022).

Ahora bien, el Marketing digital en las redes sociales es uno de los pilares de este trabajo, por eso Javier Celaya, ha establecido un nuevo modelo de marketing on-line, en el que hoy en día obliga a las empresas a utilizar sus estrategias de marketing y comunicación ya que los clientes o consumidores no quieren limitarse a recibir información sobre productos o servicios, ellos buscan formar parte del proceso de promoción de este a través de las redes sociales. Según Pérez (2020), Aparte de ser un motor de promoción y una herramienta para lograr branding, las Redes Sociales se convierten en el departamento de atención al cliente de cualquier empresa, en las redes sociales donde los consumidores expresan sus inconformidades con la marca y lo que requieren. (pp. 89-90).

En lo concerniente a los medios digitales, encontramos las bases del modelo de Daniel Barredo, en la que explora un diseño de medios digitales para la activación de las audiencias, en el que propone la interactividad como un factor esencial para la innovación de los medios en línea; el desarrollo del modelo lo determina desde la perspectiva organizacional, basada en la promoción diluida, la generación de estrategias de posicionamiento y profundiza en sistemas automatizados de comunicación. De acuerdo con Ramos, (2021), En la actualidad existen diversos canales de comunicación, entre los más destacados están las redes sociales de Facebook, Twitter e Instagram,

y más recientemente TikTok, ya que las grandes empresas compiten en estas vías de comunicación en las que incluyen técnicas de marketing online. (pp. 30-32).

Por último, para enfocarnos en el público objetivo de las campañas publicitarias formuladas en este proyecto, nos guiamos por el modelo de Gary Armstrong “Principios de Marketing”, creó una teoría sobre la segmentación digital, la cual se basa en explicar la segmentación como una fase de reconocimiento en la que las empresas entienden que no se puede atender a todos los clientes con el mismo nivel de satisfacción, Armstrong en sus obras también afirma que un mayor conocimiento de las necesidades del consumidor en los nichos que atiende y a la reputación especial que adquiere se puede efectuar un marketing más eficaz. Según Rodríguez (2021), un buen contenido publicitario es transmitido a través de medios digitales y canales que impactan a diferentes tipos de público, lo que ayuda a generar una segmentación más detallada e identificar qué medio le corresponde a qué tipo de consumidor. (pp. 60-61).

4. Marco legal

Es importante considerar la parte jurídica que implica las leyes del Estado Colombiano en la prestación de un servicio digital con ámbitos comerciales, con la llegada del internet al país en el año 1991, se ha ido regulando la normatividad colombiana a tal fin que hoy en día podemos decir que el país tiene una de las mejores regulaciones a nivel Suramérica en comercio electrónico, publicidad y marketing.

Una de las primeras leyes que debemos conocer y tener en cuenta es la Ley de Comercio Electrónico. Ley 527 del 18 de agosto de 1999, en la que establece las bases para el e-commerce, define y reglamenta el uso de los mensajes de datos, las firmas digitales y las bases para la construcción de un marco regulatorio más amplio para el comercio electrónico en Colombia. (Red

Jurista, s.f.) En esta línea de sentido, la empresa al realizar ventas digitales en Redes Sociales u otros sitios en los que hay interacción con los usuarios por medio de comentarios, está obligada a generar un entorno respetuoso en el que los procesos de venta no afecten la dignidad de ninguno de los implicados.

Con respecto a la parte publicitaria, el Estado ha creado el Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria: Es una regulación ponderada, con principios y conductas universales de respeto a la veracidad de la información, la decencia, la honestidad y a los derechos del consumidor y de los competidores, sin limitar la creatividad en aquellos aspectos que trascienden lo objetivo de la comunicación de las características del producto o servicio, en su reciente actualización, trae un capítulo dedicado a publicidad en medios digitales e interactivos y es capítulo 8, en este se contemplan normas especiales para publicidad en medios digitales, mensajes comerciales digitales, para niños, niñas y adolescentes, disposiciones sobre mensajes comerciales basados en hábitos de navegación, uso de cookies, entre otros. (UCEPCOL, 2018):

Ahora bien, en la protección de los derechos a los clientes, encontramos el Estatuto del Consumidor. LEY 1480 DE 2011: Esta ley tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos. (SIC, s.f.). En el capítulo 5, contempla la protección al consumidor en el comercio electrónico, también, define lo que es comercio electrónico, deber de la información, derecho de retracto, protección a niños, niñas y adolescentes, medidas cautelares para proteger a los consumidores, entre otros.

En cualquier interacción con los usuarios vía online, todas las organizaciones recogen información personal, es por eso que encontramos la Ley de Habeas Data. Ley 1581 de 2012 y Ley 1266 de 2008. Estas leyes tienen por objeto desarrollar el derecho que tienen todas las personas

a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales. (SIC, s.f). Rent Advisor al manejar información personal y sensible de los usuarios recogida en las compras que han realizado los usuarios en los medios digitales, tiene el deber de dar a conocer esa información a cada usuario y en caso de que no sea información correcta debe corregirla.

En la protección sobre la propiedad intelectual, están los Derechos de autor. Ley 23 de 1982 y Ley 1915 de 2018: Con relación a los derechos de autor, se debe revisar que no se esté infringiendo el copyright en imágenes, videos, música, fotografía, etc. (Min educación, s.f.). Se debe revisar las licencias o que esté libre para uso; en caso contrario, solicitar autorización a los propietarios de las obras o de los elementos que se van a utilizar en Internet.

En la protección de las marcas, específicamente en la propiedad industrial, está la LEY 178 DE 1994. Por medio de la cual se aprueba el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, tiene por objeto las patentes de invención, los modelos de utilidad, los dibujos o modelos industriales, las marcas de fábrica o de comercio, las marcas de servicio, el nombre comercial, las indicaciones de procedencia o denominaciones de origen, así como la represión de la competencia desleal. (GOV.CO, s.f.).

Por otra parte, el estado colombiano se encuentra estudiando y realizando las regulaciones hacia los influecers, pero hoy en día se cuenta con una Guía de Buenas Prácticas en la Publicidad a través de Influenciadores. Se constituye como una herramienta de derecho flexible que busca, a través de estrategias de vigilancia preventiva, lograr que la actividad publicitaria de los influenciadores en el mundo digital no induzca en error, engaño o confusión a los consumidores y así garantizar la salvaguarda de sus derechos. (SIC, 2020).

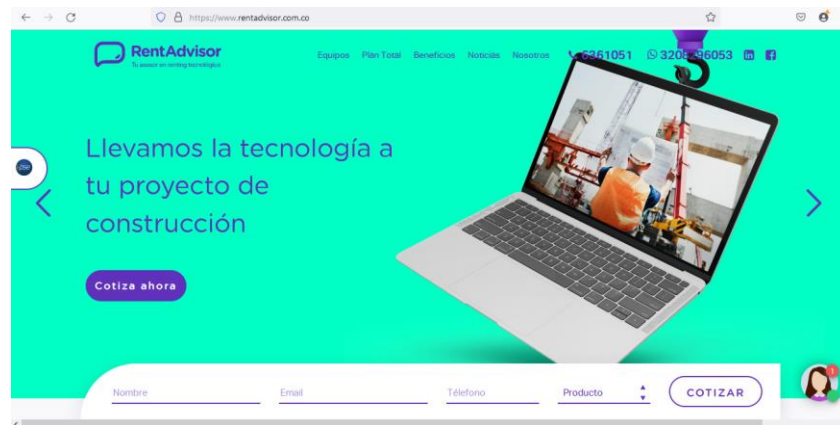
5. Diagnóstico del plan de medios digitales

5.1 Rent Advisor S.A

Es una compañía de asesoría en renting tecnológico y IT Service, lleva más de 18 años en el mercado colombiano brindando soluciones en el alquiler de equipos tecnológicos como computadores, impresoras, televisores, tablets, xbox, servidores y en el servicio y soporte técnico de los mismos, su lema se basa en ser más que una empresa de tecnología, ser asesores de confianza. El modelo de negocio de la empresa es B2B, solo le alquilan equipos informáticos a Personas Jurídicas. El alquiler puede ser por meses, semanas o por días mediante contrato, sus instalaciones están ubicadas en la Ciudad Bogotá, pero tienen cubrimiento comercial a nivel nacional.

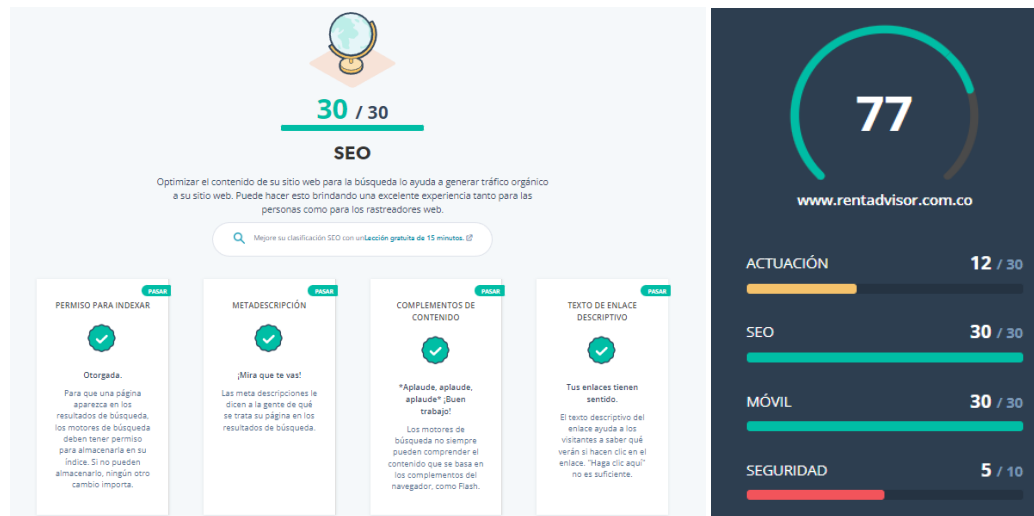
5.2 Situación actual de los Medios Digitales

En el proceso de identificar el uso de las herramientas digitales que tiene a disposición la organización Rent Advisor para el posicionamiento en los medios digitales, podemos iniciar diciendo que cuenta con un sitio web, el cual está alojado a través del dominio <https://www.rentadvisor.com.co/>, es importante mencionar que dentro de este sitio web cuenta con pagos en línea y un artículo tipo blog en la que trata sobre el Renting Tecnológico en Colombia.

Figura 1. *Sitio Web de Rent Advisor*

Adaptado de Rent Advisor (2022)

Para revisar básicamente la utilización y disposición de la página es importante identificar el grado de posicionamiento SEO, por eso utilizaremos las herramientas Upcity, Website Grader y Similarweb, que nos permite conocer el desempeño y evaluación de cada sitio web, en esta estrategia también se ha hecho uso de la herramienta perfil de negocio en Google, en la que ayuda a mantener los resultados locales, que aparecen de varias formas en Maps y la Búsqueda

Figura 2. Calificación del Rendimiento SEO del Sitio Web

Adaptado de Website Grader (2022)

Además, la compañía también dispone de estrategia SEM, ostenta una landing page, la podemos encontrar en el dominio <https://lp.rentadvisor.com.co/> , donde los usuarios pueden dejar sus datos para solicitar más información sobre los servicios.

Figura 3. Anuncio en Google de la Estrategia SE

Anuncio • <http://lp.rentadvisor.com.co/> ▼ 16363168

Cotización en RentAdvisor - Alquiler de computadores

Ofrecemos soluciones a la medida que se ajustan a las necesidades de nuestros clientes.
 Adaptados a su Medida. Asumimos la Obsolescencia. No Afecta su Patrimonio.

📍 Carrera 14A No. 101-11, Chico, Oficina 301, Bogotá D.C.

Adaptado de Google (2022)

Figura 4. Perfil de Negocio de la empresa

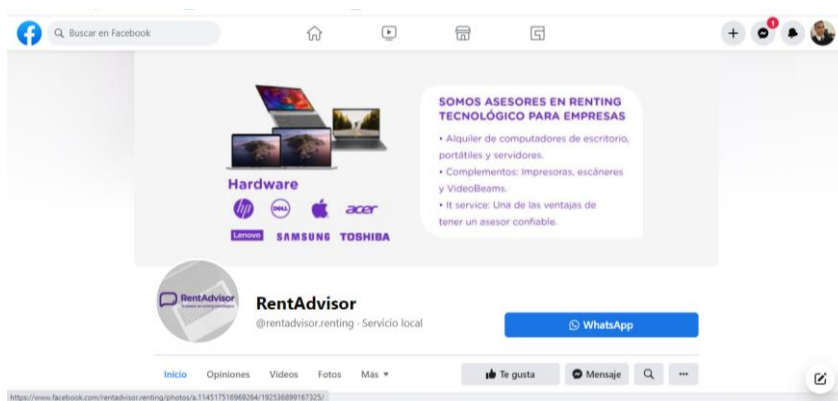
Adaptado de Google (2022)

Figura 5. Landing Page de Rent Advisor

Adaptado de Rent Advisor (2022)

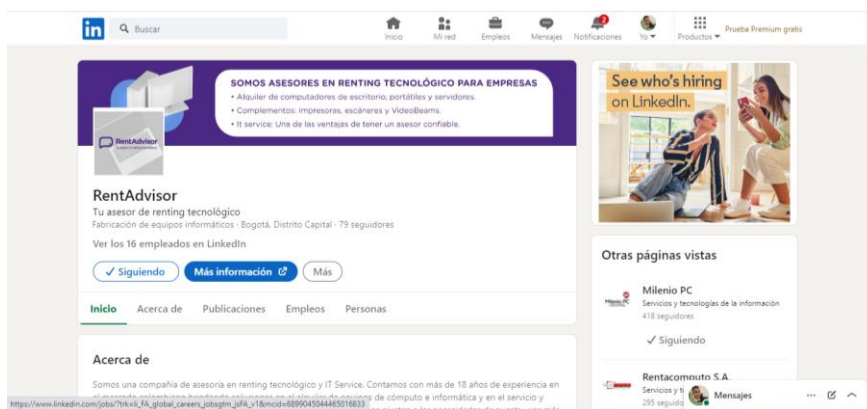
Por otra parte, la empresa cuenta con presencia en redes sociales, dentro de ella visualizamos la herramienta de Facebook, en la cual tiene una Fan Page (@rentadvisor.renting), también está presente en LinkedIn (RentAdvisor), en la que tiene conformada una pequeña red, estas páginas contienen la información más relevante y los servicios que ofrece la compañía, además de adjuntar opciones y botones que direccionan al usuario a la página web.

Figura 6. Fan Page de Rent Advisor



Adaptado de Facebook (2022)

Figura 7. Página de LinkedIn de Rent Advisor



Adaptado de LinkedIn (2022)

A pesar de que la empresa cuenta con una página web que tiene buen ranking, que le permite tener tráfico, pero su rendimiento es bajo, debido a que la velocidad de carga e interacción es lenta, ahora bien, en la introducción de la estrategia SEO y SEM, aunque tiene una buena calificación, ha llevado un enfoque poco acertado en sus palabras claves, es decir no se realiza el seguimiento a las palabras claves con mayor tendencia de búsqueda, con respecto a las redes sociales su presencia es muy baja, nunca han realizado un anuncio o campaña publicitaria que les permita atraer seguidores o captar posibles leads, cabe resaltar que la empresa no cuenta con página de Instagram, YouTube y Twitter.

5.3 Publico Objetivo

Para plantear el boceto o realizar la fotografía del Buyer Persona de la compañía, comenzamos por conocer la información relevante del cliente ideal, y estos son, perfil, datos demográficos, identificadores, retos y objetivos. Esta información se obtuvo de los datos históricos arrojados por el CRM de la empresa Rent Advisor S.A. Con lo anterior, resaltamos que se identificó 2 Buyer Persona, los cuales pertenecen a sectores diferentes del país.

El primer Buyer Persona, son las empresas grandes del sector comercio, mayores a 200 empleados, por lo general estas empresas cuentan con sedes en todo el territorio nacional, ya que tienen distribución exclusiva de alguna marca internacional, prefieren comunicación 100% personalizada, en sus retos y objetivos esta poder ampliar la infraestructura tecnológica para abarcar el crecimiento de la compañía.

Figura 8. Primera Empresa Ideal Buyer Persona

NOMBRE DEL BUYER PERSONA		Televentas (1° Empresa Ideal)	PARTE 1: QUIÉN
PERFIL GENERAL Trabajo, historia laboral, familia		• Empresa Grande (200 trabajadores) • Sector Comercio • Tiene distribución exclusiva en Colombia de alguna marca internacional • Todos sus procesos requieren de un alto nivel de interacción con la tecnología • Certificada en ISO 9001	
INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA Edad, salario, ubicación, sexo		• Mas de 20 Años en el Sector • Tiene presencia en todo el territorio Nacional, tiene Sedes en las principales ciudades del País (Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Cúcuta, Ibagué, Pereira y Manizales) • Ingresos mensuales en un rango de 8 Mil - 10 Mil millones COP	
IDENTIFICADORES Trato, personalidad, como prefiere comunicar		• El primer contacto o relacionamiento se hace por el departamento de compras, con cita previa, se requiere comunicación 100% exclusiva • Le gusta que entreguen una propuesta comercial digital o escrita detallada • La empresa realiza contratos solo por 6 meses con sus proveedores sin clausula de permanencia, y requiere facilidad para agregar o disminuir	
NOMBRE DEL BUYER PERSONA		Televentas S.A (1° Empresa Ideal)	PARTE 2: QUÉ
OBJETIVOS Objetivos primarios y secundarios		• Invertir eficientemente para aumentar la infraestructura tecnológica de la empresa • Mejorar la efectividad de la compañía a través de estrategias innovadoras y rentables • Abrirse paso a nuevos mercados regionales	
RETOS Retos primarios y secundarios		• Aumentar la infraestructura tecnológica de la compañía con recursos limitados • Poder asumir todos los cambios que necesita la empresa para posicionarla en el sector • Diversificar las estrategias de expansión para evitar riesgos	
CÓMO PODEMOS AYUDAR ...para que obtenga los objetivos deseados. ...para que pueda superar los retos		• Realizar un portal de clientes exclusivos en donde puedan seleccionar los equipos, agregar pedidos o devolverlos a cualquier día y hora • Ofrecerle contratos a 6 meses de alquiler sin clausula de permanencia • Incentivarlo con descuentos por el alquiler de equipos de mayor gama y rendimiento, además de otro descuento por renovación de contrato • Ofrecerle asesoramiento en la ampliación de infraestructura tecnológica	
NOMBRE DEL BUYER PERSONA		Televentas S.A (1° Empresa Ideal)	PARTE 3: POR QUÉ
COMENTARIOS Ejemplos de comentarios reales sobre sus retos y objetivos.		• "Algunas de las soluciones tecnológicas implementadas no se han adaptado a las necesidades específicas de la empresa" • "Adquirir computadores e impresoras nuevas para incrementar la infraestructura tecnológica es muy costosa porque los equipos tecnológicos son importados y el dólar está muy alto"	
QUEJAS COMUNES Razones por qué no comprarían nuestro producto o servicio.		• Muchos equipos alquilados presentan rayones en la carcasa, pero en temas de rendimiento están en excelente estado, muchos clientes los rechazan • La mayoría de empresas que quieren alquilar equipos tecnológicos se les hace contrato a 1 año, con un monto mínimo de equipos, en caso de suspender el servicio antes del año debe pagar una multa	

El Segundo Buyer Persona, son las empresas medianas del sector salud, son IPS, tienen entre 100 a 180 empleados, por la clasificación de las IPS son Hospitales y clínicas pequeñas, están ubicadas en las principales ciudades del país (Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Pereira y Manizales), prefieren comunicación 100% exclusiva, su reto y objetivo más grande es renovar la infraestructura tecnológica a bajo costo y de manera eficiente ya que las EPS le deben mucho dinero.

Figura 9. Segunda Empresa Ideal Buyer Persona

NOMBRE DEL BUYER PERSONA		IPS Especializada (2° Empresa Ideal)	PARTE 1: QUIÉN
PERFIL GENERAL Trabajo, historia laboral, familia		- Empresa Mediana (120 trabajadores) - Sector Salud - Generalmente labora bajo convenios con las EPS - Atiende a más de 20 mil usuarios por mes del régimen contributivo y subsidiado	
INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA Edad, salario, ubicación, sexo		- Más de 30 Años en el Sector - La Sede principal está ubicada en Bogotá, pero cuenta con sedes en Medellín y Cali - Ingresos mensuales en un rango de 4 Mil - 6 Mil millones - Según clasificación de las IPS son Hospitales y Clínicas	
IDENTIFICADORES Trato, personalidad, como prefiere comunicar		- Comunicación 100% exclusiva, el relacionamiento es directamente con el Gerente General de la IPS - Le gusta que el proveedor realice un diagnostico de la infraestructura tecnológica de la IPS sin costo - De acuerdo al diagnostico la IPS exige presentar varios planes de alquiler (Básico, Estándar y premium), que su forma de pago sea a 60 días. prefiere que el proveedor esté certificado en ISO 9001	
NOMBRE DEL BUYER PERSONA		IPS Especializada (2° Empresa Ideal)	PARTE 2: QUÉ
OBJETIVOS Objetivos primarios y secundarios		- Aumentar la capacidad del centro asistencial mediante infraestructura tecnológica para que la IPS ofrezca más servicios a los usuarios de las EPS - Implementar estrategias para hacer efectiva la continuidad del funcionamiento de la IPS, especialmente en los casos de crisis, emergencias, urgencias u otras circunstancias similares	
RETOS Retos primarios y secundarios		- Administrar de forma organizada e inteligente los recursos financieros y físicos de la IPS - Planificar y desarrollar estrategias de IT altamente efectivas en la IPS, ya que no cuenta con equipos tecnológicos actualizados, los actuales no están en mal estado	
CÓMO PODEMOS AYUDAR ...para que obtenga los objetivos deseados. ...para que pueda superar los retos		- Realizar un portal de clientes exclusivos en donde puedan seleccionar los equipos, agregar pedidos o devolverlos a cualquier día y hora - Ofrecer el servicio gratuito de diagnostico de infraestructura tecnológica y asesoramiento en la ampliación - Implementar planes de alquiler Básico, Estándar y Premium. Adecuar la forma de pago a 60 días con incentivos de descuento por pronto pago	

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA		IPS Especializada (2ª Empresa Ideal)	PARTE 3: POR QUÉ
COMENTARIOS Ejemplos de comentarios reales sobre sus retos y objetivos.		• "Los equipos tecnológicos actuales están deteriorados y no son eficientes" • "El área administrativa se ha quejado por la falta de computadores e impresoras " • "Las EPS le deben mucho dinero al hospital por tal razón tiene recursos limitados para invertir	
QUEJAS COMUNES Razones por qué no comprarían nuestro producto o servicio.		• Los costos del alquiler son altos • La mayoría de empresas que quieren alquilar equipos tecnológicos se les hace contrato a 1 año, con un monto mínimo de equipos, en caso de suspender el servicio antes del año debe pagar una multa	

5.4 DOFA de los Medios Digitales

En este segmento es muy importante conocer las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades de la parte digital de la compañía, es por eso que a continuación determinamos el DOFA de los medios digitales, con el objetivo de tener un punto de partida o radiografía del estado actual para llevar cabo el diseño de una propuesta que permita mejorar la presencia digital de la empresa Rent Advisor S.A

Tabla 1. DOFA de los Medios Digitales de Rent Advisor

DOFA de los Medios Digitales de Rent Advisor	
Debilidades	Amenazas
-Falta de anuncios y campañas en redes sociales	- La competencia tiene presencia en el entorno digital
-Página Web con velocidad lenta de cargue e interacción	-La competencia cuenta con estrategias avanzadas de E-commerce
-Enfoque equivocado en las palabras claves de búsqueda	- La competencia implementa portales de clientes exclusivos para un servicio más especializado
- Ausencia en Instagram y YouTube	
Fortalezas	Oportunidades

DOFA de los Medios Digitales de Rent Advisor

-Página Web con buen ranking y trafico superior a la competencia	-Expansión del E-commerce
-Estrategia SEO	-Tendencia de los negocios de economía colaborativa en el país
-Estrategia SEM	-Campañas a bajo costo en las Redes sociales
-Perfil de Negocio en Google	-Herramienta de análisis de estrategias de medios digitales
-Pagos en Linea para los clientes	

Adaptado de datos de Rent Advisor (2022)

5.5 Análisis de la competencia Digital

El análisis de la competencia digital se considera una parte fundamental de nuestro plan de medios digitales, sobre todo, antes de implementar cualquier tipo de estrategia al respecto, es que, sin un análisis de nuestros competidores, es muy difícil determinar nuestra posición en el mercado. Saber qué hacen los competidores nos permitirá ver lo que funciona, lo que no funciona, conocer tendencias, y ver cómo podemos mejorar y destacar sobre ellos. El análisis de competencia digital es igual de importante que saber cómo interactúan nuestros seguidores con nuestros propios perfiles y páginas web.

Una de las técnicas y herramientas más efectivas para hacer el análisis de la competencia digital es el Benchmarking, de acuerdo con Intxaurburu & Ochoa (2005), el Benchmarking es la actividad de comparar los propios procesos contra la mejor actividad similar que se conozca, de forma que se establezcan objetivos desafiantes, verdaderos retos, pero alcanzables, y se implemente un curso de acción que permita a la organización de forma eficiente convertirse y mantenerse como el mejor. (pp. 8-9).

5.5.1 Competidores

El presente apartado tiene como objeto analizar la competencia digital, todo lo que comprende páginas web hasta las cuentas de Redes sociales, es de gran importancia conocer cuáles de las páginas web y redes sociales están mejor posicionada, la forma como se requiere identificar el rendimiento y métricas de estas páginas se realiza por medio de portales gratuitos de calificación, para este análisis se tomó los 5 competidores más fuertes en el mercado del alquiler de equipos tecnológicos, los competidores que se tuvieron en cuenta en este estudio son:

- Milenio Pc
- RentaSistemas
- Alquiler de computadores S.A,
- Ays Computadores y
- Qc Colombia

5.5.2 Análisis del Ranking de la Pagina Web

Es importante realizar dentro del análisis del ranking de la página web tengamos en cuenta las siguientes variables; dominio, ranking global y país, rendimiento, velocidad de la página, visitantes y fuerza del dominio. Esto con el fin de identificar como está posicionada la página web de nuestra empresa Vs los competidores directos que caracterizamos anteriormente. A continuación, mostraremos el comparativo del ranking de las páginas web de nuestra competencia.

Figura 10. Comparativo del Ranking de las Páginas Web

Comparativo de la Competencia	 RentAdvisor Tránsito por Marketing Digital	 Milenio PC	 ALQUILER DE COMPUTADORES S.A.S.	 RENTASISTEMAS Tránsito por Marketing Digital	 Ays Computadores Tránsito por Marketing Digital	 Qc Colombia Tránsito por Marketing Digital
	Rent Advisor	Milenio PC	Alquiler de Computadores	Renta Sistemas	Ays Computadores	Qc Colombia
Dominio	rentadvisor.com.co	mileniopc.com	alquilerdecomputadores.com	rentasistemas.com	ayscomputadores.com.co	qccolombia.com
Ranking Global	#861,578 	#7,766,575 	#14,134,720 	#10,708,826 	#21,105,681 	#5,127,911 
Ranking País	#82,971 	#105,044 	#248,254 	#185,043 	- - -	#69,713 
Visitantes x Mes (Jul-Sep 2021)	6,997	< 5,000	< 5,000	< 5,000	< 5,000	< 5,000
Rendimiento de Página	 9/30	 22/30	 14/30	 11/30	 6/30	 13/30
Tamaño de la Página	2.7 MB	2 MB	989 KB	3.2 MB	6.8 MB	2 MB
Velocidad de inicio de la página	2,72 s	0,27 s	2,13 s	1,54 s	1,84 s	1,41 s
Velocidad de Interacción promedio	16.8 _{SEG}	7 _{SEG}	9.5 _{SEG}	16.4 _{SEG}	29.5 _{SEG}	13.1 _{SEG}
Fuerza del dominio	17 	12 	12 	20 	13 	11 
Tiempo del Dominio	N/A	9 años	15 años	20 años	N/A	15 años

Adaptado de UpCity (2022), Website Grader (2022), Similarweb (2022)

De este modo, al analizar el ranking de la página web de Rent Advisor VS las páginas web de las 5 competencias, podemos decir que la empresa del proyecto tiene una página bien posicionada, siendo la que mejor ranking global tiene y la segunda en ranking país, después de Qc Colombia (Competencia), ya que en el portal de calificación aparece en otro sector, por ese tiene un ranking país más alto, esto quiere decir que la página web de la compañía tiene ventaja sobre el resto.

Se observa que es la página que más visitantes tiene en promedio por mes en el rango de estudio seleccionado, sus competidores no sobrepasan los 5 mil visitantes, por su lado, Rent Advisor tiene más de 6 Mil por mes, eso significa que es la página que atrae más tráfico orgánico y confianza del público con relación a su contenido, a pesar de la falta de actualización de la información, pero cabe resaltar que no es un número suficiente para determinar que es un

indicador exitoso, ya que el porcentaje de compra de esos visitantes es bajo, por eso es fundamental duplicar el número de visitantes para hacer rentable la página.

Pero tiene algunas desventajas frente a sus 3 competidores más fuertes (Milenio PC, Alquiler de computadores y QC Colombia), como por ejemplo la evaluación del rendimiento de la página es una de las más bajas y eso es debido a que el tamaño de la página es pesado, lo que hace que la velocidad de inicio y de interacción sea la más lenta.

5.5.3 Análisis SEO de la Pagina Web

En la herramienta de análisis SEO identificaremos palabras claves, backlinks, paginas indexadas en Google, calificación, canales de marketing y distribución de dispositivos. Con lo anterior queremos dar a conocer el nivel visibilidad del sitio web de Rent Advisor frente a la competencia en los motores de búsqueda. De esta manera, procederemos a mostrar el comparativo del posicionamiento SEO de las páginas web de nuestra competencia.

Figura 11. Comparativo del SEO de las Páginas Web

Comparativo de la Competencia	 Rent Advisor	 Milenio PC	 ALQUILER DE COMPUTADORES S.A.S.	 RENTASISTEMAS	 Ays Computadores	 Pc Colombia
Ranking de "Alquiler de computadores" en Google	17 	3 	6 	1 	7 	5 
Ranking de "Renting Tecnológico" en Google	1 	100+ 	100+ 	100+ 	60 	100+ 
Backlinks	222	928	3	56	3	23
Enlaces de sitios web únicos	15	8	2	13	2	10
Más de 1 página indexada en Google	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Canales de Mmarketing	Búsqueda Orgánica: 78.8% Directo: 9.9% Búsqueda Pagada: 3.53%	Búsqueda Orgánica: 30% Directo: 56.6% Búsqueda Pagada: 13.3%	Búsqueda Orgánica: 76.3% Directo: 0% Búsqueda Pagada: 23.6%	Búsqueda Orgánica: 38.3% Directo: 14.4% Búsqueda Pagada: 47.2%	Búsqueda Orgánica: 48.1% Directo: 24.7% Búsqueda Pagada: 27%	Búsqueda Orgánica: 58.7% Directo: 12% Búsqueda Pagada: 29.2%
Visitas Totales (Jul-Sep 2021)	35,347	5,898	< 5,000	< 5,000	< 5,000	5,969
Duración de visita Promedio	00:07:49	00:00:54	00:00:31	00:01:04	00:00:13	00:02:51
Distribución de dispositivos	Desktop 27.56% Mobile Web 72.44%	Desktop 93.00% Mobile Web 7.00%	Desktop 93.67% Mobile Web 6.33%	Desktop 73.60% Mobile Web 26.40%	Desktop 100.00% Mobile Web -	Desktop 92.73% Mobile Web 7.27%
Calificación SEO	 30/30	 30/30	 30/30	 25/30	 30/30	 30/30

Adaptado de UpCity (2022), Website Grader (2022), Similarweb (2022)

En el análisis del posicionamiento SEO de las páginas, identificamos 2 estrategias de palabras claves en los motores de búsqueda, la primera es “Alquiler de computadores” en la cual Rent Advisor no está posicionada frente a sus competidores y tiene una clara desventaja, pero aparece en la tercera página, en el puesto 17, es importante resaltar que esta palabra clave tiene tendencia alta en Google Trends, ahora bien, la estrategia de la palabra clave de Rent Advisor es “Renting Tecnológico Colombia” en la cual está en la primera posición y sus competidores están fuera de rango, pero esta palabra clave no tiene tendencia en Google Trends, lo que significa que la compañía está enfocando mal su estrategia de palabra clave.

Por otro lado, en los Backlinks se visualiza una cantidad adecuada con respecto a varios competidores, la página del proyecto ocupa el segundo puesto en ese ítem, pero su competidor más fuerte (Milenio PC) le lleva una ventaja considerable, a lo que determinamos que se debe hacer un mayor esfuerzo para aumentar los Backlinks, ya que estos se presentan cuando los motores de

búsqueda ven visitantes que llegan al sitio web desde otros sitios, la PageRank aumenta, cuanto mayor sea la vista de la página de donde vino el usuario, más influencia tendrá en la clasificación.

De acuerdo con los enlaces de sitios web únicos, Rent Advisor es la que mayor enlace tiene, con una pequeña ventaja a sus competidores, creemos que es un número óptimo de enlaces, lo cual le ha permitido tener un mayor tráfico en la página, debido a que estos enlaces son una palabra o texto que, al hacer clic en él, te lleva automáticamente al sitio web donde está dirigido el enlace.

El análisis de las visitas totales y la duración promedio a la página se realizó en un rango de Julio 2021 – Septiembre 2021, la página de Rent Advisor obtuvo un considerable resultado, muy superior a sus competidores, es una página con buen tráfico, es un factor fundamental para el éxito de una web y todo lo que hay detrás de ella: una marca, una empresa y, en definitiva, un negocio online.

5.5.4 Análisis de Redes Sociales

En el análisis de las estrategias de social media, consideramos que Facebook, Instagram y LinkedIn son las redes más importantes para visualizar el rendimiento que tiene la empresa frente a la competencia, identificar qué información útil se puede extraer de los competidores para mejorar la presencia de la empresa en los medios. A continuación, relacionamos el comparativo de las redes sociales de la competencia.

Figura 12. Comparativo de Redes Sociales

DATOS PARA ANALIZAR A TU COMPETENCIA EN LAS REDES SOCIALES														
FACEBOOK														
	Cuenta	Seguidores N° seguidores actuales	Tipo de contenido						Frecuencia de publicación		Pauta en FB- IG	Engagement		
			Texto	Imágenes	Videos	Infografías	Concursos y sorteos	Otros	Publicaciones diarias	Publicaciones semanales		Me gusta	Comentarios	Shares
	@rentadvisor.renting	91	0	0	0	0	0	0	0	0	86	0	0	
	@MilenioPC B7	426	0	1	0	0	0	0	0	1	418	0	0	
	@rentasistemas	28	0	0	0	0	0	0	0	0	27	0	0	
	@AYSComputadoresSA	552	0	10	7	0	0	0	1	5	544	15	20	
	@qccolombia	1135	2	14	6	0	0	0	1	6	1099	0	50	
INSTAGRAM														
		Seguidores N° seguidores actuales	Tipo de contenido					Frecuencia de publicación			Engagement			
			Imágenes	Videos	Concursos y sorteos	Otros	Publicaciones diarias	Publicaciones semanales	Me gusta		Comentarios	Menciones		
	No tiene	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	mileniopc	92	1	0	0	0	0	0	1	0	6	0	0	
	rentasistemasbucaramanga	9	3	0	0	0	0	0	1	0	4	0	0	
	No tiene	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	quality group services	328	2	0	0	0	0	0	1	0	13	2	0	
LINKEDIN														
		Seguidores N° seguidores actuales	Tipo de contenido						Frecuencia de publicación			Engagement		
			Texto	Imágenes	Videos	Infografías	Concursos y sorteos	Otros	Publicaciones diarias	Publicaciones semanales		Recomendaciones (Me gusta)	Comentarios	Shares
	RentAdvisor	79	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Milenio PC	417	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	No tiene	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	AYS Computadores S.A.	514	2	7	4	0	0	0	1	5	0	25	0	
	Quality Group Services	1809	0	14	0	0	0	0	1	4	0	22	0	

Como hallazgo importante, determinamos que la empresa de estudio y sus competidores tienen muy poca presencia digital, ninguno pauta anuncios, solo 3 competidores (Ays Computadores, Qc Colombia y Milenio PC) se interesan en hacer publicaciones de imágenes o videos de manera diaria o semanal, también son los que tienen mayores seguidores, aunque son números bajos de seguidores para empresas que su infraestructura física es grande y son líderes del sector, lo que nos lleva a pensar que sus estrategias de marketing digital están enfocadas en otros medios.

Ahora bien, el estado de Rent Advisor es nulo, hace más de 2 años que no activa sus cuentas, una clara desventaja, además, no ostenta una cuenta de Instagram, significativamente es una oportunidad de mejora muy grande, ya que no cuenta con un community manager o un área de mercadeo que lleve a cabo el posicionamiento en las redes sociales. Con respecto a cuál de las redes tiene mayor potencial para el sector y la empresa, definitivamente es la red de LinkedIn, esta plataforma tiene un gran crecimiento en la relación de los negocios B2B, genera una mayor facilidad de que Rent Advisor contacte con otras empresas.

En referencia a los aspectos atractivos de la competencia, podemos decir que sus publicaciones contienen imágenes de buen diseño y videos de corta duración muy atrayente, con un mismo objetivo de presentar información interesante de los servicios que ofrecen y dejarles a disposición de los usuarios el enlace de la página web, aunque no es una estrategia que abarque un alto nivel de tráfico hacia la página, ya que debe estar respaldado por redes posicionadas y preferiblemente con anuncios pagos, pero es interesante ver la importancia que tiene el diseño del material publicitario que va acorde a los objetivos de las organizaciones.

6. Propuesta de creación o mejoramiento del plan de medios digitales

De acuerdo con el análisis interno y externo que se realizó anteriormente, procedemos a formular la propuesta que permita mejorar el posicionamiento de la empresa Rent Advisor, debemos establecer primeramente un guía que nos permita obtener paso a paso de las acciones a desarrollar, seguido de esto, seleccionamos las herramientas con las que se implementará este plan de medios digitales: la empresa ha decidido trabajar con tres diferentes redes sociales (Facebook, Instagram y LinkedIn), además del sitio web.

6.1 Plan de Acción

Para desarrollar exitosamente este plan de medios digitales, se debe llevar a cabo un plan de acción, en donde mostramos la hoja de ruta estratégica que la empresa Rent Advisor utilizará para organizar, ejecutar y realizar un seguimiento de las estrategias de marketing durante un período de tiempo determinado, en este plan se estipulan los objetivos, estrategias y tácticas para el mejoramiento de la presencia digital de la compañía.

6.2 Objetivos

Los objetivos están encaminados al reconocimiento de marca, en lo que consiste en tener mayor presencia en las redes sociales y Google, luego de este primer objetivo, tenemos la captación de nuevos clientes, lo que se quiere es que la compañía llegue a producir leads calificados, para luego, generar ventas, en un último objetivo, se piensa mejorar la búsqueda orgánica con el propósito de mantener los niveles de tráfico al sitio web.

6.3 Estrategias

Los tipos de estrategias de Marketing Digital en las que basará esta propuesta, se ha establecido que son las estrategias de Marketing de contenidos, Social Media, Google ADS y posicionamiento SEO, destinadas a nuestro buyer persona que hemos establecido anteriormente, de esa manera nos aseguraremos de diseñar una propuesta que tiene altas probabilidades de ser exitosa, lo que se verá reflejado en el posicionamiento de la empresa y en sus utilidades

6.4 Tácticas

Las acciones que nos permitirán lograr los objetivos están apoyadas en las herramientas digitales como Facebook, Instagram, LinkedIn, y Sitio Web, en las habrá presencia por primera vez en una de ellas, se pautaran anuncios por medio de campañas, se optimizará las palabras claves y el mejoramiento de los contenidos de las diferentes plataformas.

Tabla 2 . Plan de Acción para las estrategias de Medios Digitales

Plan de Acción para las estrategias de Medios Digitales								
Objetivo Estratégico	Estrategia	Táctica	Público: A quién va dirigida la Campaña	Red social. Facebook, Twitter, Instagram, blog	Qué tipo de pieza o elemento usarás Poster, infografía, artículo el Blog etc.	Mensajes clave/Nombre de la Campaña: Define una frase que represente tu objetivo de comunicación	Fecha de envío: Programa el envío de tus piezas.	Indicador: Define cómo vas a medir el impacto de esta pieza. Likes, datos registrados, descargas
Aumentar en un 80% el reconocimiento de la empresa Rent Advisor en los medios digitales (Redes Sociales y Google) en el último trimestre del 2022	Diseñar una estrategia de Marketing de contenidos en las redes sociales que aumenten el reconocimiento de la empresa Rent Advisor	Crear la cuenta de Instagram para la empresa Rent Advisor	Personas que mostraron interés por paginas relacionadas con alquiler de computadores, impresoras, tecnología, servidores y tablets	Instagram	Poster para contenido (cuadrado): 1100 x 1100	¡Conozca a Rent Advisor!	Fecha Inicio: 1/10/2022 Fecha Finalización: 31/12/2022	- % de Crecimiento de Seguidores - Engagement Rate (Basado en seguidores)
		Realizar publicaciones de invitados en Redes Sociales para dar a conocer la empresa y obtener más suscriptores.	Personas que mostraron interés por paginas relacionadas con alquiler de computadores, impresoras, tecnología, servidores y tablets	Facebook, Instagram y LinkedIn	Poster para contenido (cuadrado): 1200 x 1200	¡Conozca a Rent Advisor!	Fecha Inicio: 1/10/2022 Fecha Finalización: 31/12/2022	-Número de impresiones - Número total de visitas en el Sitio Web - % de Alcance por publicación

	Crear contenidos descargables (lead magnets) para que - dejen la dirección de correo electrónico	Personas que mostraron interés por paginas relacionadas con alquiler de computadores, impresoras, tecnología, servidores y tablets	Facebook, Instagram y LinkedIn	Poster para contenido (cuadrado): 1200 x 1200	¡Conozca a Rent Advisor!	Fecha Inicio: 1/10/2022 Fecha Finalización: 31/12/2022	- Número de descargas - Numero de correos recibidos con los contactos - Numero de acciones realizada en la página - Numero de Leads Confiables
	Publicar Anuncios de reconocimiento y tráfico en Facebook, Instagram y LinkedIn	Personas que mostraron interés por paginas relacionadas con alquiler de computadores, impresoras, tecnología, servidores y tablets	Facebook, Instagram y LinkedIn	Poster para contenido (cuadrado): 1200 x 1200	¡Somos visibles a tu negocio!	Fecha Inicio: 1/10/2022 Fecha Finalización: 31/12/2022	-Número de impresiones - Número total de visitas en el Sitio Web - % de Alcance por publicación
Mejorar el tráfico de las redes sociales y el sitio web mediante campañas de social media y Google ADS	Publicar Anuncios de Reconocimiento y tráfico en Google	Personas que mostraron interés por paginas relacionadas con alquiler de computadores, impresoras, tecnología, servidores y tablets	Google	Poster para contenido el formato es 16:9	¡Somos visibles a tu negocio!	Fecha Inicio: 1/10/2022 Fecha Finalización: 31/12/2022	-Número de impresiones - Número total de visitas en el Sitio Web - % de Alcance por publicación
	Crear píldoras con el fin de difundir información en las redes sociales	Personas que mostraron interés por paginas relacionadas con alquiler de computadores, impresoras, tecnología, servidores y tablets	Facebook, Instagram y LinkedIn	Poster para contenido (cuadrado): 1200 x 1200	¡Somos visibles a tu negocio!	Fecha Inicio: 1/10/2022 Fecha Finalización: 31/12/2022	- Número total de visualizaciones - Numero de me gustas y comentarios - Engagement Rate

Aumentar en un 70% la captación de nuevos clientes en el entorno digital (Redes sociales y sitio web) en el primer trimestre del 2023	Diseñar una estrategia de Social Media para obtener mayores clientes potenciales mediante formularios	Realizar anuncios de conversión en Facebook, Instagram y LinkedIn	Personas que mostraron interés por paginas relacionadas con alquiler de computadores, impresoras, tecnología, servidores y tablets	Facebook, Instagram y LinkedIn	Poster para contenido (cuadrado): 1200 x 1200	¡Búsqueda de aliados estratégicos!	Fecha Inicio: 1/01/2023 Fecha Finalización: 30/03/2023	- Numero de leads calificados por landing Page - Tasa de Conversión - % de Alcance por publicación
		Implementar formularios para clientes cuando le dan clic en los anuncios	Personas que mostraron interés por paginas relacionadas con alquiler de computadores, impresoras, tecnología, servidores y tablets	Facebook, Instagram y LinkedIn	Poster para contenido (cuadrado): 1200 x 1200	¡Búsqueda de aliados estratégicos!	Fecha Inicio: 1/01/2023 Fecha Finalización: 30/03/2023	Numero de leads calificados por landing Page
	Mejorar la estrategia SEM para la obtención de nuevos clientes por medio de la landing page	Realizar anuncios de clientes potenciales en Google	Personas que mostraron interés por paginas relacionadas con alquiler de computadores, impresoras, tecnología, servidores y tablets	Google	Poster para contenido el formato es 16:9	Queremos posicionarnos para nuestros clientes	Fecha Inicio: 1/01/2023 Fecha Finalización: 30/03/2023	-Números de leads calificados por formulario - Costo Lead
		Estructurar adecuadamente la landing page para obtener información más exacta	Personas que mostraron interés por paginas relacionadas con alquiler de computadores, impresoras, tecnología, servidores y tablets	Google	Poster para contenido el formato es 16:9	Queremos posicionarnos para nuestros clientes	Fecha Inicio: 1/01/2023 Fecha Finalización: 30/03/2023	Números de leads calificados por formulario -Costo por lead

Mejorar en un 60% el posicionamiento orgánico en Buscadores durante 6 meses	Optimizar el sitio web para el posicionamiento orgánico	introducir las palabras claves en la Página Web	Personas que mostraron interés por paginas relacionadas con alquiler de computadores, impresoras, tecnología, servidores y tablets	Página Web	SVGA de 1280 x 1024px píxeles,	¡Nos reestructuramos digitalmente!	Fecha Inicio: 01/10/2022 Fecha Finalización: 30/03/2023	% de visitas de búsqueda orgánica
		Aumentar los backlinks	Personas que mostraron interés por paginas relacionadas con alquiler de computadores, impresoras, tecnología, servidores y tablets	Página Web	SVGA de 1280 x 1024px píxeles,	¡Nos reestructuramos digitalmente!	Fecha Inicio: 01/10/2022 Fecha Finalización: 30/03/2023	-% de visitas de búsqueda orgánica -Rendimiento de Backlinks
	Duplicar blog con un tema referente al servicio que ofrece la empresa y utilizar la keyword clave	Formular un título acorde con las palabras claves	Personas que mostraron interés por paginas relacionadas con alquiler de computadores, impresoras, tecnología, servidores y tablets	Blog	Post de 2.450 palabras	Alquiler de computadores: El Blog	Fecha Inicio: 01/10/2022 Fecha Finalización: 30/03/2023	% de visitas de búsqueda organica
		Estructurar adecuadamente el contenido del blog alusivo al alquiler de computadores	Personas que mostraron interés por paginas relacionadas con alquiler de computadores, impresoras, tecnología, servidores y tablets	Blog	Post de 2.450 palabras	Alquiler de computadores: El Blog	Fecha Inicio: 01/10/2022 Fecha Finalización: 30/03/2023	% de visitas de búsqueda orgánica

6.5 Análisis del Plan

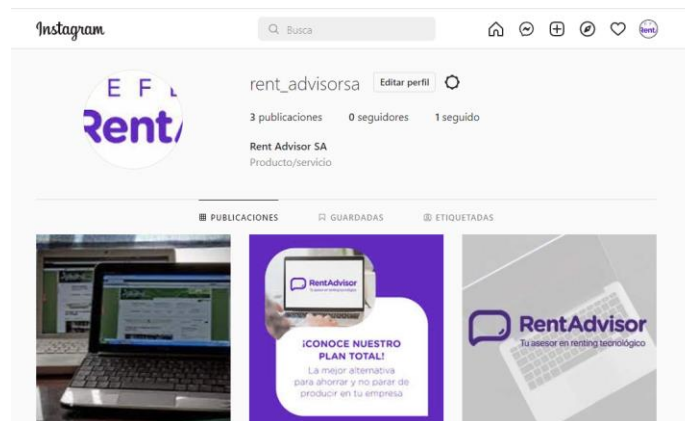
Las acciones en los medios digitales que se desarrollaran en este plan, son cruciales para la empresa Rent Advisor en pro de sacar ventaja de sus principales competidores y posicionarse en el sector de alquiler de equipos tecnológicos, esta ruta estratégica se fundamenta en los principios de marketing digital, conseguir el acercamiento de los clientes a nuestras Redes sociales y pagina web para crear una audiencia fuerte y consolidada, de esa manera se hace reconocimiento, ya que se produce interacción con los usuarios mediante comentarios, compartir nuestras publicaciones.

Luego de que le damos un motivo a los usuarios para seguirnos, las otras estrategias introducidas en este plan de acción se enfocan en materializar todas esas acciones en contactos de nuevos clientes, en ventas, buscar la manera más inteligente de mostrarles nuestros servicios a usuarios que pueden estar interesados en hacer negocios con la compañía, además, creamos un enlace para que los actuales clientes se fidelicen y nos ayude a ser mejores con su retroalimentación.

6.6 Desarrollo del Plan de Acción

6.6.1 Facebook e Instagram ADS

Cabe resaltar que la empresa no tiene presencia en Instagram, por lo que se propone la creación de una cuenta en esta Red.

Figura 13. *Creación de Cuenta en Instagram de Rent Advisor*

Adaptado de Instagram (2022)

Ahora bien, pasando a las acciones publicitarias, se requiere realizar 2 campañas en Facebook integradas con Instagram, en la primera campaña se hará una estrategia de reconocimiento, centraremos nuestros esfuerzos en darnos a conocer y ser más visibles, nos ayudara a posicionarnos también como referentes en nuestro mercado ya que el objetivo es que el anuncio se muestre de manera masiva al público objetivo que hemos identificado anteriormente.

La segunda campaña será de conversión, ya que después de conseguir que nuestra marca le aparezca a muchas personas, tenemos que conseguir que confíen en nuestra marca, generar un vínculo emocional que influya en el proceso de venta, por eso el objetivo de la campaña es mostrar el anuncio para que la persona pueda llegar a realizar una acción en nuestra página web.

Figura 14. Campañas de Facebook ADS para el plan

Desacti	Campaña	Entrega ↑	Estrategia de puja	Presupuesto	Configuración de atribución	Resultados	Alcance
☐	Alquiler de Computadores	En borrador	Objetivo de cos...	\$1.000.000 Diario	—	—	—
☐	Alquiler de Equipos Tecnológicos	En borrador	Volumen más a...	\$1.000.000 Total	—	—	—
☐	Renting Tecnológico	En borrador	Objetivo de cos...	\$1.000.000 Diario	—	—	—
Resultados de 3 campañas					—	—	—

Adaptado de Facebook ADS (2022)

6.6.2 LinkedIn ADS

LinkedIn es una de las redes sociales en donde hay mayor interacción de usuarios y por tal razón es atractivo para los modelos de negocios B2B, por eso proponemos crear una campaña de generación de contactos, con esta campaña nos permite adjuntar un formulario para los usuarios o crear uno nuevo, con esto podemos captar leads y de esa manera generar alianzas, ya que nuestros principales clientes son empresas medianas y grandes del sector comercio y salud, en los que sus Directivos posiblemente tienen una interacción activa en esta Red.

Figura 15. Campañas en LinkedIn ADS para el Plan de Medios

Nombre de la campaña	Estado	Gasto	Resultados clave	Coste por resultado
1 campaña	-	0,00 COP	-	-
Generación de contactos - Jul 29, 2022 ID: 199885374 - Contenido patrocinado	Borrador	0,00 COP	0 Posibles clientes	-

Adaptado de LinkedIn (2022)

6.6.3 Google ADS

En esta herramienta cabe recordar que la empresa ha implementado anuncios en Google, pero como hallazgo importante en el análisis interno encontramos que las palabras claves que se han agregado a la campaña no son eficientes, ya que no cuentan con tendencia de búsqueda, las palabras actuales son “Renting Tecnológico”, de tal manera que sugerimos crear una campaña de Búsqueda, que nos permita llegar a los usuarios que buscan en Google los servicios que la empresa ofrece, pero agregando las siguientes palabras claves “Alquiler de Computadores”, “Alquiler de equipos informáticos” y “Alquiler de Impresoras”

Figura 16. Campaña en Google ADS para el plan de medios

Campaña	Presupuesto	Estado	Nivel de optimización	Tipo de campaña	Impresion	Interaccio	Tasa d interacció	Coste medio
Alquiler de Computadores Portátiles	1.000.000,00 COP...	En pausa	—	Búsqueda	0	0	—	—
Alquiler Equipos Tecnológicos	10.000,00 COP/día 304.000,00 COP/m...	Entidad retirada	—	Smart	0	0	—	—
Alquiler Equipos Tecnológicos	1.000.000,00 COP...	En pausa	—	Búsqueda	0	0	—	—
Renting Tecnológico Colombia	1.000.000,00 COP...	En pausa	—	Búsqueda	0	0	—	—
Total: campañas			—		0	0	—	—
Total: cuenta	0,00 COP/día		—		0	0	—	—

Adaptado de Google ADS (2022)

6.6.4 Estrategia SEO

Una de las acciones que la empresa ha realizado para tener posicionamiento SEO es la de crear un blog dentro del sitio web, el cual trata sobre el Renting tecnológico en Colombia, por tal razón aparece en el primer lugar cuando realizamos la búsqueda en Google por esa palabra, proponemos duplicar el blog, sugerimos que el título del otro blog se llame “Alquiler de

computadores e impresoras” o “Alquiler de equipos informáticos”, con lo anterior estaríamos en la mismas líneas de palabras claves con nuestros principales competidores, con los dos blogs no se perdería el posicionamiento que ya se tiene.

Figura 17. Blog sobre el Alquiler de Computadores e Impresora



Adaptado del Sitio web de Rent Advisor (2022)

6.7 Presupuesto para el plan de Medios

Como toda estrategia de marketing digital requiere de recursos, ya sean financiero como también humano, para que las campañas que se diseñaron en esta propuesta puedan tener resultados eficientes, es necesario implementarlas por un periodo de 6 meses, tiempo suficiente para cumplir con el objetivo principal que es el mejoramiento de la presencia digital de la empresa Rent Advisor en el mercado de alquiler de equipos tecnológicos.

Tabla 3. Presupuesto de las estrategias del plan

Presupuesto de las estrategias del plan							
Herramienta	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Total
Facebook			\$	\$			
ADS	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	1,000,000	1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 6,000,000

LinkedIn ADS	\$ 800,000	\$ 800,000	\$ 800,000	\$ 800,000	\$ 800,000	\$ 800,000	\$ 4,800,000
			\$	\$			
Google ADS	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	1,000,000	1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 6,000,000
Agencia de Manejo de Redes	\$ 1,500,000	\$ 1,500,000	\$ 1,500,000	\$ 1,500,000	\$ 1,500,000	\$ 1,500,000	\$ 9,000,000
							\$ 25,800,000

7. Conclusiones

El resultado del presente estudio sobre la empresa Rent Advisor dedicada a la prestación de servicio en el alquiler de equipos tecnológicos, fue enfocado hacia el desarrollo de estrategias de medios digitales para el mejoramiento de la presencia digital de la empresa. Se inició con un estudio significativo de grandes resultados donde pudimos observar las ventajas y desventajas que está presentando la organización al momento de competir en el mercado de los medios digitales.

Rent Advisor cuenta con sus respectivos canales digitales para la prestación de su servicio, aunque sus herramientas digitales son existentes su enfoque y palabras de búsqueda no lo eran, la compañía contaba al inicio con su respectiva página web, completa y definida al momento de presentar los servicios que se prestan, LinkedIn y Facebook son una comunidad mucho más pequeña tal vez por la falta de movimiento de publicaciones y escasa publicidad.

Realizamos un estudio intensivo a las competencias principales y que nos distinguía de ellas, se observa el crecimiento y actividad en las redes y medios digitales. Rent Advisor tiene todo el potencial para liderar en el rango frente a la competencia y posicionarla, accedimos a las diferentes redes sociales como LinkedIn, Facebook, Instagram, Email Marketing, obteniendo un gran alcance de fidelidad, crecimiento y reconocimiento de los clientes y en el mercado.

Ahora bien, se realizó una propuesta de mejoramiento para el plan de medios digitales de la empresa Rent Advisor y se concluye que estas mejoras pueden fortalecer las estrategias de publicidad de la empresa para acercar y conocer más al cliente creando necesidades y deseos a la

mente de nuestro Bayer persona. Las diferentes redes sociales nos han permitido adaptarnos y probar nuevas tácticas y ajustar estrategias en tiempo real para optimizar los resultados que la empresa ha dejado de tener por descuidar algunos factores importantes a la hora de implementar un plan de marketing digital.

Finalmente, buscamos por medio de esta propuesta que la empresa obtenga grandes oportunidades de negocio a menor costo y de manera más eficiente, además que le permita realizar un proceso de posicionamiento de manera confiable y seguro, como la fidelización e integración de los clientes.

Referencias

- Pérez Fernández, J. R. (2020). Factores determinantes en la creación de modelos de comercio electrónico. Business to consumer (B2C). [Trabajo de Grado - Doctorado en Derecho y Sociedad]. Universidad a Distancia de Madrid. Repositorio Universidad de Udi Mundus: <https://34.246.2.134/handle/20.500.12226/533>
- Acosta Rodríguez, N. (2019). Implementación de marketing digital un desempeño empresarial para pequeñas y medianas empresas. [Trabajo de Grado - Especialización Marketing Digital]. Universidad Militar Nueva Granada. Repositorio Universidad Militar Nueva Granada: <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/21411>
- Rodríguez Barragán, C. D. (2021). La publicidad programática como solución para conectar audiencias en las Pymes y su evolución en Bogotá. [Trabajo de Grado - Maestría en Mercadeo Digital]. Universidad EAN. Repositorio Universidad EAN <https://repository.ean.edu.co/handle/10882/11313>
- Ramos Ramos, J. V. (2021). Publicidad en medios digitales y su impacto en el emprendimiento de las empresas comerciales en la ciudad de Ambato. [Trabajo de Grado – Ingeniería en Marketing y Negocios]. Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. Repositorio Universidad Técnica de Ambato <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/32183>
- Intxaurburu Clemente, M. G., & Ochoa Laburu, C. (2005). La herramienta de benchmarking: ¿ estrategia de imitación o innovación? In IX Congreso de Ingeniería de Organización. Revista ADINGOR. 8-9. DOI: <http://www.adingor.es/congresos/web/articulo/detalle/a/999>

Rent Advisor (2022). Servicios de Alquiler de equipos Tecnológicos. Sitio Web.

<https://www.rentadvisor.com.co/>

Google ADS (2022). Pautar anuncios en Google para tu empresa. <https://ads.google.com/>

Facebook ADS (2022). Administrador de anuncios de Facebook e Instagram.

<https://business.facebook.com/>

CCCE, (2021). ¿Qué pasó con el comercio electrónico en 2021?

<https://www.ccce.org.co/noticias/que-paso-con-el-comercio-electronico-en-2021/>

SIC, (2020). guía de buenas prácticas en la publicidad a través de influenciadores. delegatura para la protección del consumidor.

[https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Publicaciones/GU%C3%8DA%20DE%20BUENAS%20PR%C3%81CTICAS%20EN%20LA%20PUBLICIDAD%20A%20TRAV%C3%89S%20DE%20INFLUENCIADORES%20004%20\(1\).pdf](https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Publicaciones/GU%C3%8DA%20DE%20BUENAS%20PR%C3%81CTICAS%20EN%20LA%20PUBLICIDAD%20A%20TRAV%C3%89S%20DE%20INFLUENCIADORES%20004%20(1).pdf)

Min Tic, (s.f.). ¿Qué es Colombia TIC? Colombia TIC. <https://colombiatic.mintic.gov.co/679/w3-propertyvalue-36702.html>

Red Jurista, (s.f.). Ley 527 de 1999 Congreso de la Republica.

https://www.redjurista.com/Documents/ley_527_de_1999_congreso_de_la_republica.aspx#/

Min educación, (s.f.). Guía de Política de protección sobre la propiedad intelectual: ejes derechos de autor. https://www.mineduacion.gov.co/1780/articles-336187_recurso_3.pdf

GOV.CO, (s.f.). Ley 178 de 1994. Congreso de la Republica.<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=37817>

UCEPOL, (s.f.). Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria. <https://www.ucepol.com/codigo-autorregulacion>