

INFORME FINAL PRACTICAS PROFESIONALES



PRESENTADO POR:

DIANA MANUELA ANGEL MONTERO

PRESENTADO A:

INGRITH DAYANA BENAVIDES OSORIO

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
JORNADA NOCTURNA**

INFORME FINAL PRACTICAS PROFESIONALES



PRESENTADO POR:

DIANA MANUELA ANGEL MONTERO

PRESENTADO A:

INGRITH DAYANA BENAVIDES OSORIO

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
JORNADA NOCTURNA**

Resumen

Este trabajo consiste en contar detalladamente todo el proceso de prácticas profesionales, se dará información específica de la empresa, como: ubicación geográfica, misión, visión, valores, se planteará la matriz DOFA de la empresa, y a partir de esa información y de aquellos aspectos que yo considere susceptibles de mejora se plasmará un plan de mejora con el fin de optimizar y sacar el máximo provecho del área de elección

Agradecimientos

Para empezar, quiero agradecer a la universidad Santo Tomás por todos los conocimientos y apoyos compartidos conmigo a lo largo de mi formación profesional, también quiero agradecerle a la empresa Eleven por confiar en mis habilidades y capacidades para realizar mis prácticas universitarias en su empresa.

Introducción

La empresa Eleven producciones está enfocada en ofrecer aquellas herramientas necesarias para que una marca pueda generar un impacto exitoso en sus clientes, es decir generar experiencias de marca por medio de: soluciones de video, audio, iluminación, LEDS y desarrollo de contenidos específicos, los cuales pueden ser realidad virtual, interactivos digitales, etc. teniendo un conocimiento general de la empresa, se puede concluir que: se necesita mejorar, revisar y plantear una estrategia de marketing mucho más organizada y detallada, así que, a lo largo de mis prácticas profesionales serviré como apoyo para identificar aquellos factores clave que se necesitan mejorar o cambiar y se establecerán ciertos objetivos generales y específicos para poder lograr plantear una estrategia eficiente.

Índice general

Tabla de contenido

Resumen.....	3
Agradecimientos.....	4
Introducción	5
Índice general	6
La empresa	8
1.1. Aspectos generales	8
1.1.2. Ubicación geográfica	9
1.1.3. Estructura organizacional	10
1.1.4. Departamento de innovación:	10
planteamiento de plan de mejora respecto a las prácticas profesionales	11
2.1. planteamiento central del problema general	12
Seguimiento practica profesional.....	12
3.1. Actividades realizadas en la organización	12

3.1.1. Ciclos	12
---------------------	----

La empresa

1.1.Aspectos generales

1.1.1. Misión

“Clientes tranquilos y eventos perfectos”

1.1.1.1.visión

Queremos que nuestros clientes, proveedores, empleados y socios, vean en ELEVEN una organización:

- Con cobertura y posicionamiento en la región de Latinoamérica
- Que esta siempre a la vanguardia
- Como espacio de crecimiento personal y profesional
- Con cultura de innovación y excelencia

1.1.1.2.Valores

- **Innovación:**
ser para nuestros clientes un aliado estratégico en innovación y creación de proyectos de alto impacto
- **Excelencia:**

Ejecutar proyectos con optima calidad, cumpliendo con las necesidades del cliente, logrando así su satisfacción

- **Compromiso:**
Dar cumplimiento a los requerimientos solicitados por el cliente, presentar proyectos de optima calidad y en los tiempos requeridos
- **Confianza:**
Ofrecer a nuestros clientes tecnología moderna en proveedores de alto nivel, nacionales e internacionales.

1.1.2. Ubicación geográfica



Dirección: Cl. 135 #53-55, Bogotá

1.1.3. Estructura organizacional

1.1.4. Departamento de innovación:

Este departamento se encarga de toda la parte creativa y de medios digitales, gestiona la creación de proyectos de realidad aumentada, programas interactivos, presentación y creación de nuevos proyectos, medios digitales e investigación de nuevas tecnologías.

1.1.4.1. Análisis DOFA

1.1.4.2.1. Fortalezas:

- Calidad en los servicios ofrecidos
- Tecnología de punta
- Expertos en programación y experiencias digitales

1.1.4.2.2. Oportunidades:

- Apoyo por parte del gobierno a la economía naranja
- Empresas cada vez mas interesadas en hacer uso de las nuevas tecnologías para generar impacto de marca
- Crisis del Retail, grandes superficies están buscando la manera de sacar ventaja de la tecnología para aumentar posibilidades de visita en una tienda física (posibles alianzas)

1.1.4.2.3. Debilidades:

- No hay estrategias consolidadas para lograr objetivos
- Recursos para la mejora de medios digitales
- Recursos para consultoría

1.1.4.2.4. Amenazas:

- Cambios constantes por parte de las empresas a la hora de sus preferencias publicitarias
- Cualquier persona puede acceder a herramientas creativas, esto podría hacer un poco innecesarias a estas agencias

- Constantes cambios en cuanto a la interacción de las marcas con los clientes

Planteamiento de plan de mejora

2.1 planteamiento central

Teniendo en cuenta nuestras debilidades y amenazas, se llegó a la conclusión de que crear y planificar una estrategia digital a largo plazo es necesario, esto con el fin de tener un conocimiento mas específico del cliente, para así poder personalizar y hacer más eficiente nuestra relación con los ellos, y más importante aún, tener claro que contenido ofrecer y que medios utilizar para llegar a ellos.

Para esto usaremos una metodología inbound en donde: se establecen objetivos de mercado y se auditaran los recursos e iniciativas de la compañía. Además, se establecerán objetivos de mercadeo a largo plazo y motivación a corto plazo, todos ellos enfocados en la metodología SMART.

2.2 cifras

2.3 Objetivo general

Diseñar una estrategia que nos permita generar y mantener un promedio de 500 visitantes únicos (KPI, **no se cuenta a un usuario que haya ingresado anteriormente, solo nuevos**) mensuales para mayo de 2020.

Esto lo lograremos usando la metodología Inbound, en donde usaremos tres pasos para cautivar al cliente; lo atraemos haciendo que el usuario se entere de la compañía, lo comprometemos haciendo que se interese por la actividad que ofrece la compañía, y por último lo deleitamos entregándole beneficios a cambio de que nos siga en nuestros medios digitales.

Esto se quiere lograr movilizar el trafico de la pagina web de la empresa y asegurarse de que la navegación y comunicación están siendo eficientes

2.3.1 Objetivos específicos

- Establecer objetivos de mercado
- Auditar los recursos e iniciativas de la compañía
- identificar el viaje del comprador

Seguimiento practica profesional

3.1. Actividades realizadas en la organización

Durante estos seis meses estaré en el departamento de investigación e innovación apoyando el replanteamiento de la estrategia digital de la empresa, esto con el fin de mejorar las herramientas que ya se tienen en la empresa, como por ejemplo la página web, con el fin de armonizarla y hacerla mucho más eficiente para aumentar el nivel de conversión , estaré a cargo de la creación y el manejo de las redes sociales que se van a desarrollar (hasta ahora Instagram y Facebook) para aumentar el alcance de la empresa, también estaré en algunos cargos administrativos cuando se requiera.

3.1.1. Ciclos

CICLO I	ACTIVIDADES	LOGROS	DIFICULTADES
05/09/2019- 11/09/2019	<i>Inicio de actividades laborales en la compañía, inducción sobre temas generales de la empresa y cargo específico</i>	<i>conocimiento general de la empresa</i>	<i>ninguna</i>