



Diagnóstico marketing digital

Agencia de viajes sol y playa

Septiembre 2024

Realizado por:

María Camila Quintero

Juan Diego Carreño Granados

Análisis de marca

Logo



Paleta de colores



- Tienen un logo creado que esta perfecto y va acorde a los ideales y productos de la empresa.
- Tiene una paleta de colores que es acorde a la empresa y sus productos.
- Tienen un logo agradable y que genera confianza.

Valores de marca percibidos

- Flexibilidad
- Confiabilidad
- Aventura y relajación
- Cercania
- Autenticidad

Canales digitales y edición

PRESENCIA WEB

La empresa presenta problemas con las páginas web y de Facebook se están haciendo los arreglos porque fue hackeada tanto la página de Facebook que tenía anteriormente como la página web, entonces se creó una nueva página de Facebook por lo que esta no tiene el mismo impacto que tenía la anterior que ya tenía la confiabilidad de sus seguidores lo que esta nueva página no tiene.

REDES SOCIALES



CANALES COMUNICACIÓN



573152217689

Business



No tienen

CANALES DE EDICIÓN



CapCut

Análisis canales digitales

Instagram

https://www.instagram.com/viajesolyplaya_oficial/



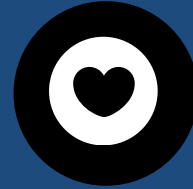
Seguidores

1705



Cantidad
publicaciones

371



Likes última
publicación

0

Facebook



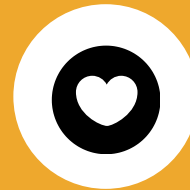
Seguidores

663



Me gustas del perfil

559



Likes última
publicación

0

Tiktok



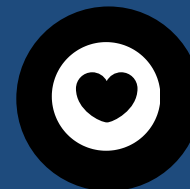
Seguidores

158



cantidad de me
gustas

1068



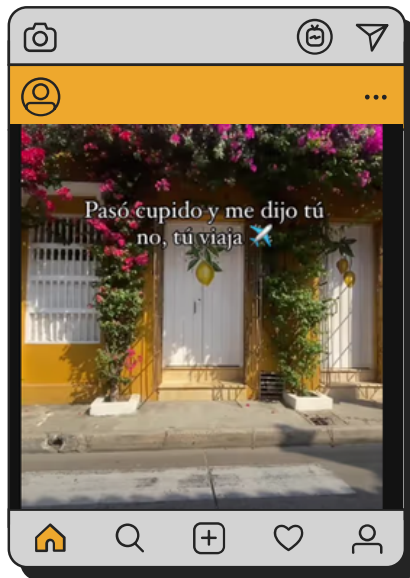
Likes última
publicación

84

Contenido de mayor impacto



332
4
14
14



47
0
3
8



31
2
6
5

El análisis de las redes sociales de la Agencia de Viajes Sol y Playa muestra una baja interacción y alcance. Este problema está relacionado con varios inconvenientes. Según la dueña, sufrieron el robo de su página de Facebook, la cual están intentando recuperar. Además, nunca lograron concretar su página web debido a dificultades con los desarrolladores, lo que ha afectado la confianza de los clientes y ha disminuido las interacciones.

En cuanto a sus estrategias de marketing, la dueña menciona que invierte en anuncios pagados en Meta, especialmente a través de WhatsApp, lo que le ha dado buenos resultados con clientes recurrentes. Sin embargo, desea expandir su alcance. Actualmente, el marketing lo maneja su hijo, quien le ayuda con la creación de videos y flyers, aunque no lo hace de forma constante debido a sus estudios.

Transformación digital

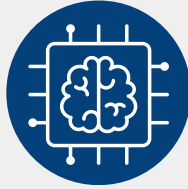
Uso de herramientas digitales



**Plataformas
de diseño**



**Editores
multimedia**



**Inteligencia
Artificial**



Clouds

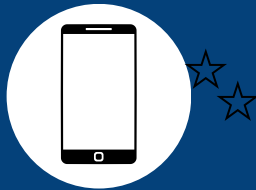


**Google
Workspace**

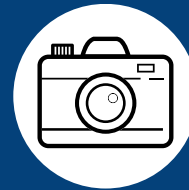
Manejo de equipos



Computador



Celular



Cámara

Mentalidad digital



**Manejo de
redes**



**Comercio
electrónico**



**Adaptación
digital**

Transformación digital

Servicio al Cliente- CRM



Atención
Presencial



Llamadas
telefónicas



WhatsApp
Business



Redes Sociales/
Página Web

Nivel de Madurez Digital Empresarial



Resistidor
Digital



Explorador
Digital



Jugador
Digital



Transformador
Digital



Disruptor
Digital

Ubica la estrella en el nivel de madurez digital en el que se encuentre el empresario.

Hallazgos

Recomendaciones

Hallazgos

- **Baja Interacción y Alcance:** Las redes sociales de la empresa no logran generar interacción significativa con los usuarios. Esto se debe, en parte, a la pérdida de la página de Facebook y a la falta de una página web funcional, lo cual afecta la confianza de los clientes en la empresa.
- **Contenido Limitado y Poca Innovación:** Aunque siguen tendencias actuales, el contenido carece de creatividad e innovación, lo que impide captar y retener la atención del consumidor. No hay elementos diferenciadores que enganchen al público.
- **Falta de Confianza Financiera:** El contenido publicado no transmite una imagen sólida en términos de seguridad para transacciones monetarias, lo que provoca que los usuarios duden en interactuar o adquirir servicios.
- **Enfoque en Publicidad Directa:** El perfil de la empresa está mayormente orientado a ventas directas y anuncios pagados, sin generar contenido de valor o posicionamiento de marca. Esto reduce la visibilidad y la capacidad de fidelización frente a competidores.

Recomendaciones

- **Desarrollo de una Estrategia de Contenido:** Es fundamental crear una estrategia de contenido que no solo se enfoque en ventas, sino que aporte valor al consumidor. Esto podría incluir consejos de viaje, experiencias de clientes, o información útil sobre destinos, con el objetivo de fortalecer la confianza y el compromiso de los usuarios.
- **Innovación en Publicaciones:** Incorporar contenido más dinámico e interactivo, como encuestas, videos en vivo o concursos. Además, mejorar el storytelling en las historias para hacerlas más atractivas y cercanas.
- **Generación de Confianza:** Implementar certificaciones o testimonios de clientes satisfechos, además de publicar información clara sobre las políticas de pago y seguridad financiera, para transmitir confianza en el manejo de los servicios y transacciones.
- **Posicionamiento de Marca:** Es esencial que la empresa trabaje en la creación de contenido enfocado en el branding, no solo en la venta directa. Esto ayudará a construir una imagen sólida y confiable, que pueda competir de manera efectiva en el mercado.



Gracias

Información contacto



Mariacamila.quintero@ustabuca.edu.co
Juan.carreno02@ustabuca.edu.co