

INFORME MARKETING DIGITAL

CENTRO VETERINARIO
EL CACIQUE

NOVIEMBRE 2024

Alexa Miranda
Valentina Chacón



01 ESTRATEGIA Y OBJETIVOS

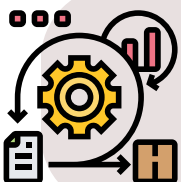
La estrategia se enfoca en fortalecer su presencia local en Bucaramanga mediante el uso de herramientas digitales como redes sociales y Google My Business para promocionar servicios, generar confianza y atraer clientes. Esto incluirá publicar contenido educativo y atractivo en Instagram y Facebook, como consejos para el cuidado de mascotas, promociones especiales y testimonios de clientes satisfechos.



Aumentar la visibilidad y el engagement en plataformas como Facebook e Instagram.



Educar a los dueños de mascotas y fortalecer la relación con el centro veterinario.



Atraer nuevos clientes a través de promociones atractivas



Recopilar testimonios de clientes para mejorar la reputación y generar confianza

02

ACTIVIDADES DE LA ESTRATEGIA



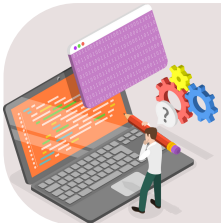
Crear un Link.tree para encontrar toda la información importante en un solo enlace desde el perfil de Instagram con el objetivo de mejorar la experiencia y aumentar la interacción con la marca.



Crear una publicación clara y visualmente atractiva y fijarla en el perfil de Instagram donde se especifiquen los horarios de atención y los servicios del centro veterinario.

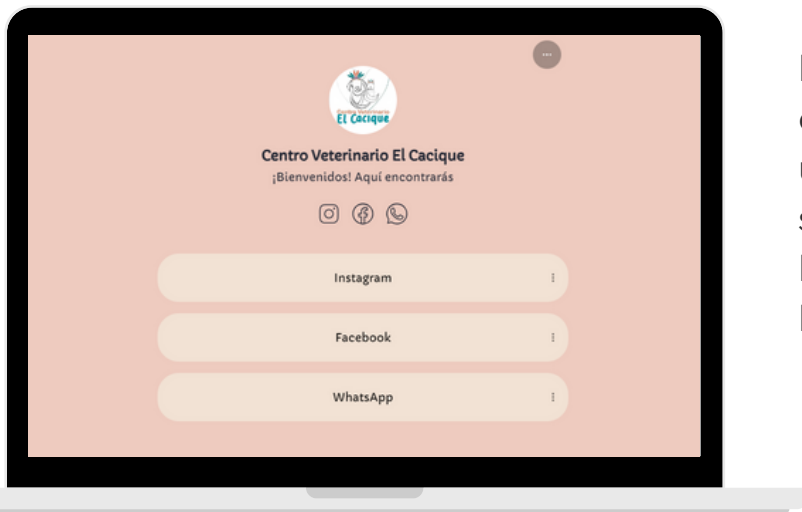
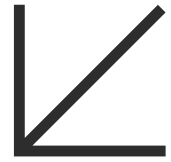


crear contenido como por ejemplo, un video explicando cómo llegar al centro veterinario, para brindar a los clientes una guía clara y visual de ubicación, y así eliminar dudas.



Mostrar casos reales, beneficios de la peluquería, productos disponibles del petshop o la atención veterinaria para generar confianza y educar a la audiencia sobre el bienestar animal.

03 EVIDENCIA



Reunión para conocer directamente la empresa y crear un enlace directo a sus redes sociales fijado en el perfil de Instagram.

Fecha: 30 de Agosto 2024

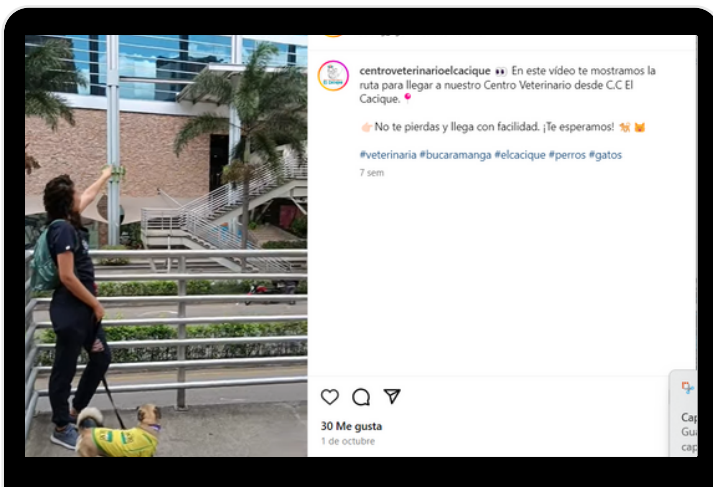
Creación del horario de atención, que se publicó en el perfil de Instagram y se recomendó fijar esta publicación.



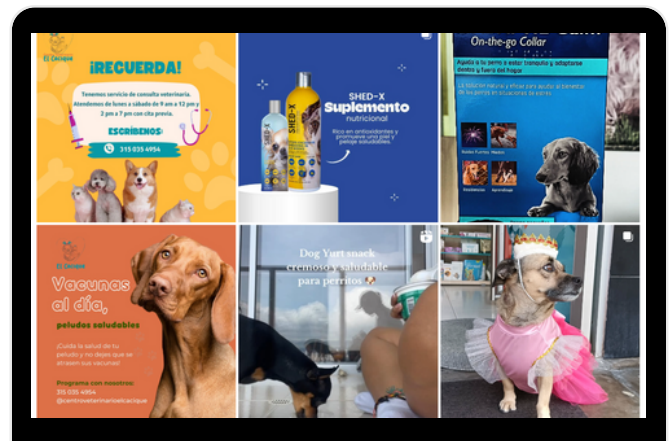
03 EVIDENCIA



Se creó este vídeo donde se muestra la ruta para llegar a el Centro Veterinario desde C.C El Cacique.

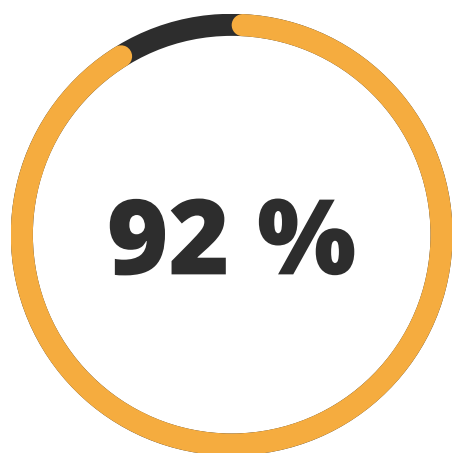
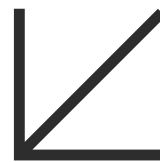


Creación de contenido educativo a través de la herramienta Canva y publicado en el perfil de Instagram.



04

RESULTADOS



Se obtuvo:

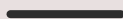
- Mayor visualización de las historias publicadas tanto en Instagram como Facebook específicamente se obtuvo una mayor interacción en los videos donde la dueña de la empresa habla e interactúa. Por ejemplo, el video de la ruta al centro veterinario obtuvo 30 me gusta, siendo un resultado positivo en comparación a otras publicaciones con 0 me gusta.
- Se creó contenido de valor que reflejó los valores de marca y la personalidad lo que permitió que las personas interactuaran más en los me gusta y comentarios.

05

RECOMENDACIONES



- Seguir creando contenido dinámico mostrando los servicios (baño, peluquería, consultas) o el "antes y después" de las mascotas.
- Realiza dinámicas como "Etiqueta a un amigo que ame a su mascota y gana un baño gratis" o realizar preguntas para interactuar con la audiencia en redes sociales
- Seguir compartiendo tips de cuidado para mascotas, curiosidades y prevención de enfermedades.



- Evita contenido que no aporte valor, como imágenes repetitivas o mensajes que no conecten emocionalmente con tu audiencia.
- Publicaciones con fotos oscuras o de mala calidad o videos sin sonido.
- Descuidar la calidad del contenido: Hace que se pierda el interés por parte de los seguidores de la marca.
- La falta de publicaciones constantes puede dar la impresión de que el negocio está inactivo.



GRACIAS

Información contacto

 alexatatiana.miranda@ustabuca.edu.co

 valentina.chacón@ustabuca.edu.co