



INFORME MARKETING DIGITAL

LebanaKids

NOVIEMBRE 2024

David Antonio García Contreras



01 ESTRATEGIA Y OBJETIVOS

La estrategia se implementará mediante un plan colaborativo que incluye reuniones en Teams para coordinar las actividades y asegurar la ejecución de los objetivos a continuación:



Incrementar la presencia digital del negocio.



Unificar la comunicación en redes sociales.



Facilitar la accesibilidad y navegación del público.



Mejorar el engagement a través del contenido visual.

02

ACTIVIDADES DE LA ESTRATEGIA



Reunión para conocer a la empresaria y coordinar posibles actividades y objetivos a realizar.

Reunión virtual: 26 de septiembre de 2024



Registro en Google My Business y creación de descripción de contenido estándar para las redes sociales.

Reunión virtual: 18 de octubre de 2024



Video de explicación de como crear un linktree y editar imágenes en Canva.

Reunión virtual: 28 de noviembre de 2024

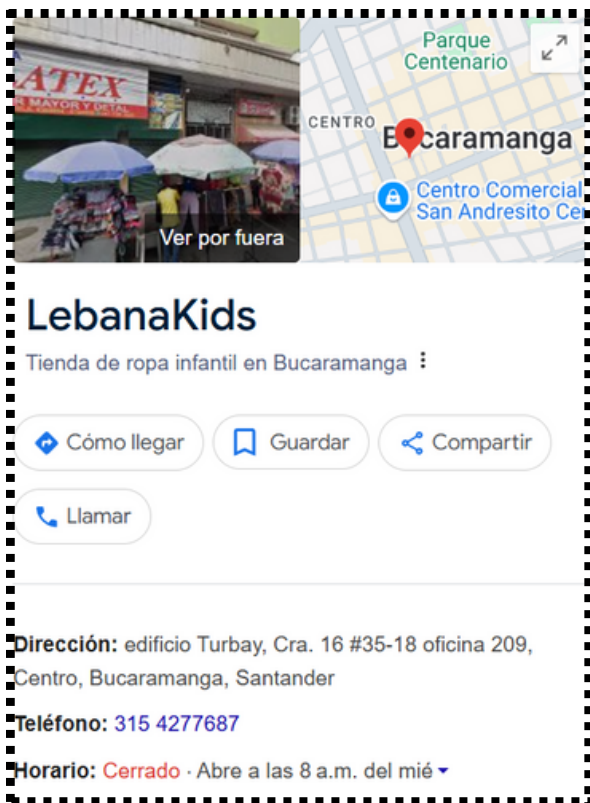
03

EVIDENCIA



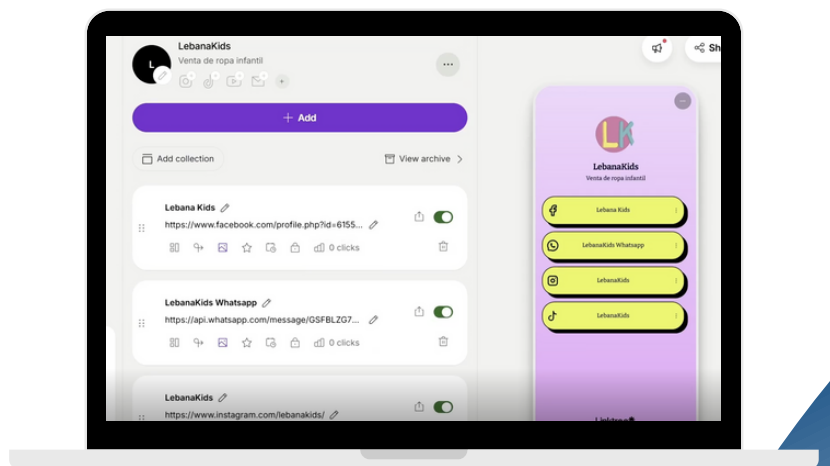
Formato de publicación para redes sociales compartido en el video enviado a la empresaria.

03 EVIDENCIA



Google My Business
creado después de la
reunión con la
empresaria.

Linkt.ree de prueba
creado para mostrarle a
la empresaria como
crear el linkt.ree de la
empresa.



04

RESULTADOS



La empresa LebanaKids ahora cuenta con Google My Business, por lo que se espera que tenga una mayor visualización.

Con el mensaje estándar creado con ayuda de inteligencia artificial se busca mejor comodidad para el cliente a la hora de obtener información sobre el producto y formas de contactar con la empresa.

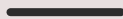
Se espera que cuente con un linktree en el que los clientes tengan acceso a cada una de las redes con las que cuenta la empresa, así como también se espera que la calidad de las imágenes publicadas en las redes tengan un mejor diseño que impacte de mejor manera al público objetivo.

05

RECOMENDACIONES



- Implementar la Inteligencia Artificial para la generación de contenido en las redes sociales.
- Interactuar con los clientes respondiendo a sus reseñas, tanto positivas como negativas.
- Utiliza herramientas de análisis para monitorear el rendimiento de tus campañas y ajustar tu estrategia según los resultados.



- No tener actualizar la información de contacto en todas las redes.
- No contar con una estrategia de contenido que resuene con la audiencia y el mercado objetivo.
- Ignorar las reseñas dadas por los clientes.
- No estar preparado para manejar comentarios negativos o crisis en redes sociales.



GRACIAS

Información contacto

 davidantonio.garcia@ustabuca.edu.co