

INFORME MARKETING DIGITAL

ZATTINI

NOVIEMBRE 2024

GABRIEL DARÍO PINO GÓMEZ



01 ESTRATEGIA Y OBJETIVOS

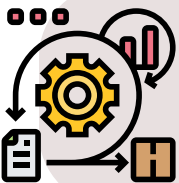
La estrategia de mejoramiento se centra en expandir la oferta de productos mediante la investigación de nichos de mercado y la diversificación con nuevas opciones personalizables, respaldadas por lanzamientos piloto y alianzas estratégicas. se fortalecerá la presencia en línea optimizando el sitio web mientras se potencia el uso de redes sociales con contenido atractivo y anuncios segmentados. Además, se implementarán campañas de marketing digital dirigidas, email marketing con promociones personalizadas y colaboraciones con influencers para aumentar la captación de clientes



Ampliar la gama de productos: Diversificar la oferta para atender a distintos segmentos de mercado y aumentar el atractivo de la marca



Optimizar la presencia digital: Mejorar la experiencia en línea mediante un sitio web eficiente y una estrategia sólida en redes sociales.



Aumentar la captación de clientes: Implementar campañas de marketing digital segmentadas y colaboraciones con influencers para atraer nuevos clientes.



Fidelizar a los clientes existentes: Mejorar la relación con los clientes mediante estrategias personalizadas de email marketing y un seguimiento constante de su satisfacción.

02

ACTIVIDADES DE LA ESTRATEGIA



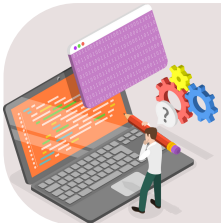
Realización encuestas y análisis de tendencias para identificar necesidades no cubiertas en diferentes segmentos de mercado.



Crear un calendario de contenido con publicaciones interactivas, fotos de productos y promociones. Utilizar anuncios pagados en plataformas como Instagram y Facebook.

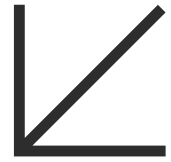


Crear ofertas exclusivas, como descuentos o regalos, para atraer nuevos clientes y aumentar la conversión.



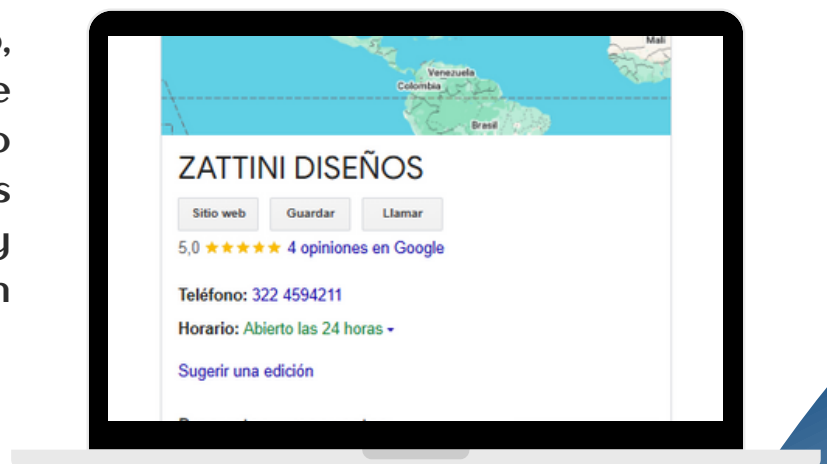
Realizar encuestas para obtener retroalimentación de los clientes sobre sus experiencias y mejorar continuamente la oferta.

03 EVIDENCIA



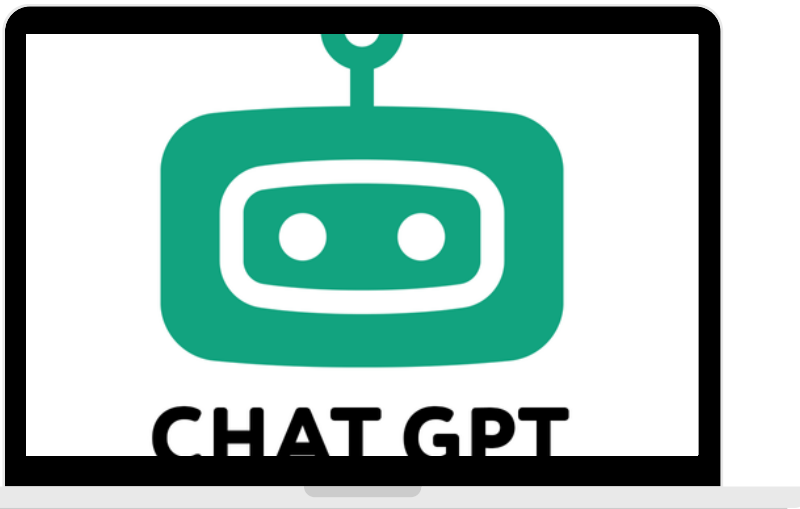
Reunión de creación de tik tok y página de facebook. Explicación de como programar publicaciones, y como editar mejor con filmora o capcut
Fecha:

Reunión virtual con el empresario, para la creación de google business, y explicación de cómo ver las estadísticas de las redes sociales con metricool, y programar publicaciones con metricool.
Fecha:



03

EVIDENCIA

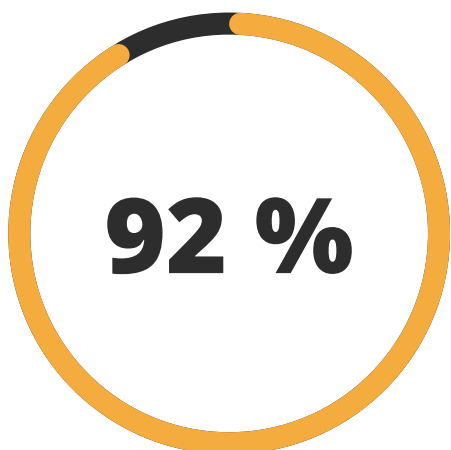


Reunión virtual para explicación y aplicación de inteligencias artificiales, como smashing logo, ChatGPT, y mencionarles como poder sacar su mapa de empatía y el buyer persona.

Fecha:

04

RESULTADOS



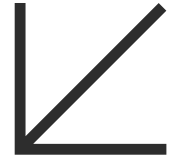
Durante la práctica y aplicación de las actividades, se logró que los empresarios comprendieran mejor la manera en la que publicar para tener más clientes. Además, los empresarios adquirieron conocimientos de diversas herramientas para poder complementar su conocimiento en redes sociales, que fueron:

- Inteligencias artificiales: ChatGPT, Smashing logo.
- Herramientas de estadísticas de redes sociales y publicación: metricool.

Al finalizar las reuniones con los empresarios, se consiguió que los empresarios tuvieran estas diferentes redes sociales y adquirieran conocimientos básicos de algunas herramientas digitales:

- Google my business
- Página de facebook
- Tik Tok.
- Metricool
- ChatGPT
- Smashing logo

05



RECOMENDACIONES

- Seguir haciendo uso de las herramientas de IA pero también tener un contacto personal con los clientes de esta manera se garantiza la construcción de relaciones solidas.
 - Publicar de manera periódica.
 - Continuar creando contenido de valor y útil para afianzar la relación con tus seguidores y fidelizarlos a la marca.
-
- No tener una respuesta rápida a los canales de comunicación o dejar solo mensajes de respuesta automática, esto hace que la gente no se sienta valorada.
 - Descuidar la calidad del contenido: Hace que se pierda el interés por parte de los seguidores de la marca.



GRACIAS

Información contacto



gabrieldario.pino@ustabuca.edu.co