



Marco Rosales

# Plan de Marketing digital

# Conceptos básicos antes de el plan

- ✦ ¿Para qué estar on line?
- ✦ Identidad de marca-corporativa(naming)
- ✦ La imagen del primer referente
- ✦ La atención en la red hacia el cliente-Community Manager



# Mapa de Empatía para entender al cliente



# Plan de Marketing



- ✦ Definición de objetivos
- ✦ Definición de Tarjet
- ✦ Análisis del mercado y la competencia
- ✦ Desarrollo de la Web-Funcional
- ✦ Analítica de la Web- Qué personas, Dónde
- ✦ Plan para atraer tráfico-Atractivo
- ✦ Plan para convertir el tráfico-flujos, likes
- ✦ Plan para fidelizar clientes-Por puntos, promociones, membership

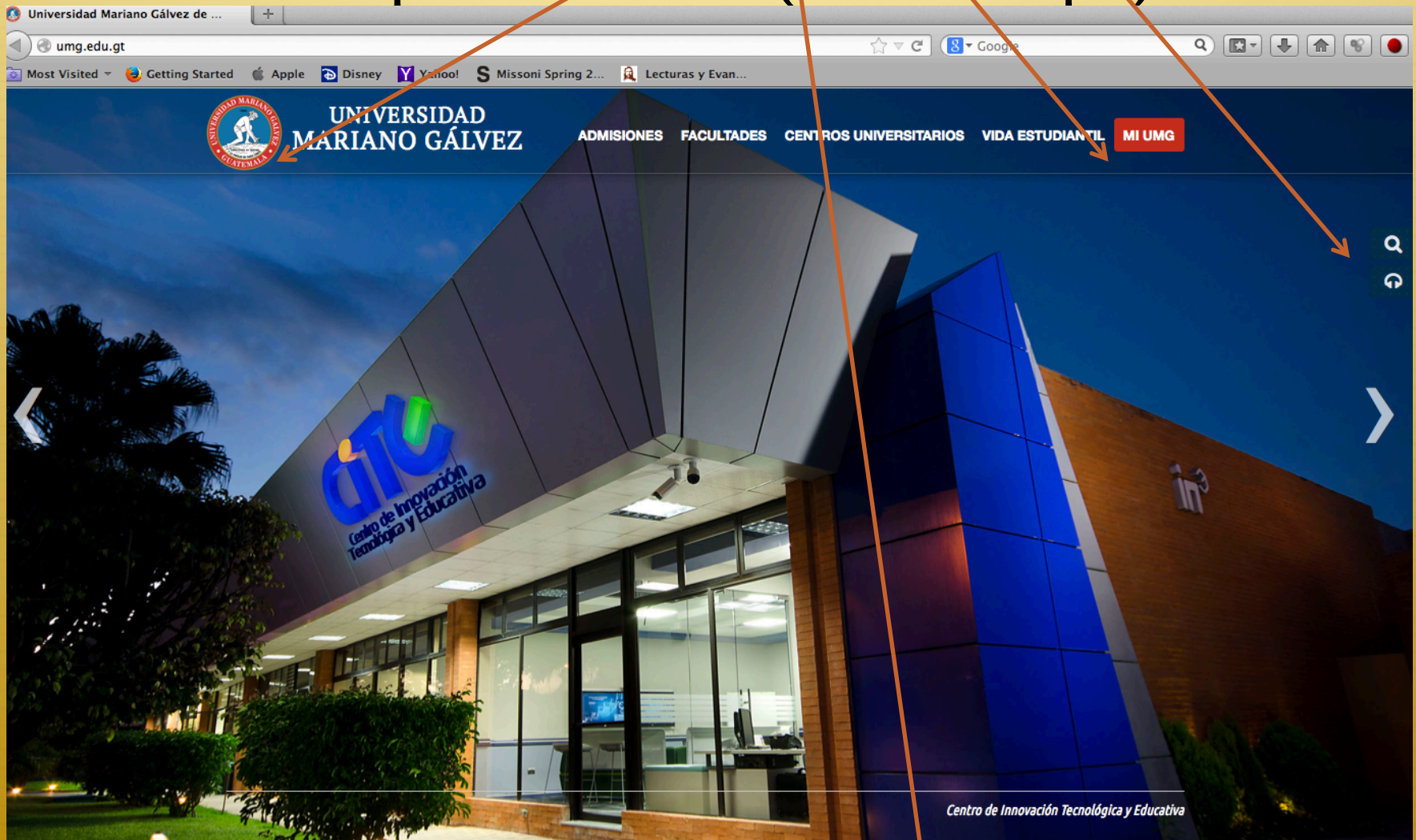
# La página



- ✦ Categorizar productos
- ✦ Ordenar el producto
- ✦ Cladificación
- ✦ Enlaces externos
- ✦ Posicionamiento en la red

# Puntos de calor

## Mapas de calor(heat maps)



CARTELERA

Proceso de Selección de Ingreso para  
Maestrías y Especialidades 2015

TOUR VIRTUAL



CONTACTO

3a. Avenida 9-00 zona 2,

# Estrategias-Costos de adquisición de cliente

1. Adquisición

2. Mantenimiento

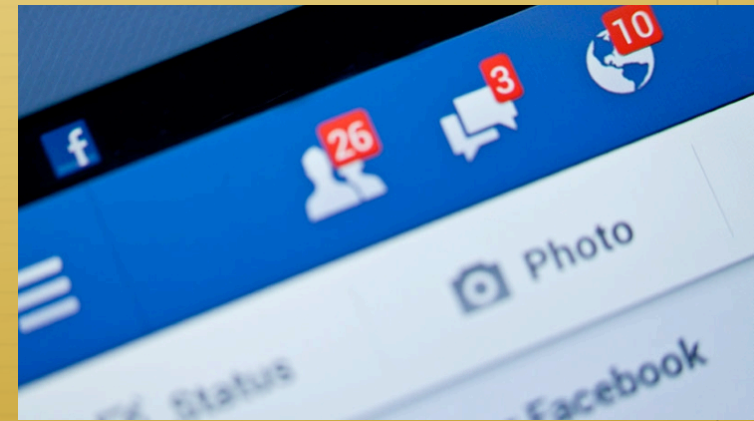
3. Fidelización

- ✦ Adword-poscionamiento en las redes
- ✦ Google Analitics
- ✦ Patrones de búsqueda

# Administrar el plan

## Propuestas de valor

- ✦ Conversión: Crear y presentar videos sobre el producto7servicios, bondades, beneficios, formas de uso, etc
- ✦ Trafico: Fanpage donde voy a convocar a concurso, prpromociones para que los clientes participen
- ✦ Branding: Crear una plataforma de atencion al cliente para la tienda on line para poder dar seguimiento y respuestas





# ¿Estudios de mercado antes del lanzamiento?



# Facebook



- ✦ Investigación
- ✦ Relaciones Públicas
- ✦ Comunicación
- ✦ Seguimiento
- ✦ Buzon de sugerencias
- ✦ Reclamos, etc