

**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**



**AD VISUAL BROS**

**TRABAJO DE GRADO**

**JUAN SEBASTIÁN CORTÉS REYES  
MARÍA CAMILA MACIAS LANDÍNEZ  
DANIELA MALDONADO NEIRA  
JULIAN ENRIQUE ZUBIETA MARTINEZ**

**BOGOTÁ, D,C , COLOMBIA  
2022**

**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**



**AD VISUAL BROS**

**TRABAJO DE GRADO PADE 2**

**JUAN SEBASTIÁN CORTÉS REYES  
MARÍA CAMILA MACIAS LANDÍNEZ  
DANIELA MALDONADO NEIRA  
JULIAN ENRIQUE ZUBIETA MARTINEZ**

**TUTOR: HERNÁN ALBERTO CRUZ BERNAL**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**BOGOTA D. C, COLOMBIA  
2022**

### **Declaración de originalidad y autonomía**

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito la revisión de literatura titulada “**Ad Visual Bros**”, en opción de grado **10810029: PADE 2** y que, por lo tanto, su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que esta revisión no ha sido entregada a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

**Daniela Maldonado Neira**

**Julián Zubieta Martínez**

**Juan Sebastián Cortés Reyes**

**María Camila Macías Landínez**

### **Declaración de exoneración de responsabilidad**

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de sus autores. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

**Daniela Maldonado Neira**

**Julián Zubieta Martínez**

**Juan Sebastián Cortés Reyes**

**María Camila Macías Landínez**

## Tabla de contenido

Declaración de originalidad y autonomía .....	3
Declaración de exoneración de responsabilidad .....	4
Glosario.....	7
Resumen.....	8
Abstract.....	10
Antecedentes .....	12
Misión .....	13
Visión.....	13
Objetivo de Negocio .....	13
Grupo Objetivo .....	14
Formas de Comercialización.....	15
Estrategias y Canales de Comunicación .....	15
Equipo de Mercadeo .....	16
Análisis de competencia .....	16
Análisis DOFA.....	17
Análisis de Audiencias (Buyer Persona).....	18
Estrategia de marketing.....	25
SEM (Search Engine Marketing).....	25
SEO (Search Engine Optimization).....	28
Email Marketing .....	29
Marketing de Redes Sociales .....	30
Cronograma.....	32
Presupuesto .....	32
Bibliografía .....	33
Apéndice .....	35
Matriz de competidores.....	35

## Índice de tablas

Tabla 1. Análisis interno y externo de la compañía (matriz DOFA) .....	17
Tabla 2. Buyer Persona 1 .....	18
Tabla 3. Buyer persona 2 Persona 2.....	20
Tabla 4. Buyer persona 3 .....	23

## Glosario

**B2B:** “es aquel donde una empresa establece una relación comercial con otra compañía. En estos modelos de negocios, las empresas ofrecen soluciones, productos y servicios diseñados a la medida para satisfacer las necesidades de sus clientes.” (Clavijo, 2023)

**Email Marketing:** “herramienta para comunicarse digitalmente con leads y clientes a través del envío masivo de correos electrónicos a una base de contactos. La finalidad de estos correos puede variar, como comunicar promociones o presentar un nuevo producto o marca.” (SalesForce Latinoamérica, 2021)

**Pauta Paga:** “es la forma en que se construye un anuncio en una red social, desde la segmentación, presupuesto, diseño y la elección del tipo de anuncio”. (Puon, 2017)

**Search Engine Marketing:** “conjunto de estrategias, técnicas y herramientas que utilizan las empresas a través de publicidad de pago, para optimizar la visibilidad de sus páginas web en los motores de búsqueda en Internet. El objetivo principal de esta estrategia está en conseguir tráfico cualificado hacia tu página web, que mejorará de manera notable las conversiones.” (Figueiras, 2021)

**Search Engine Optimization:** “conjunto de acciones y técnicas que se emplean para mejorar el posicionamiento (la visibilidad) en buscadores de un sitio web en Internet, dentro de los resultados orgánicos en los motores de búsqueda “ (El Economista, 2023)

## Resumen

Se realizó un análisis para la empresa Ad Visual Bros la cual se encarga de la implementación de estrategias creativas en cuanto a la publicidad de distintas empresas. Es por ello que se realizaron distintos buyer persona con el fin de conocer mejor al consumidor. Así mismo, se analizó el entorno de la empresa para así poder plantear los objetivos, estrategias, tácticas y KPI'S adecuados para 12 meses, donde se propusieron dos objetivos principales; la obtención de mayor reconocimiento de marca a través de los motores de búsqueda y el desarrollo de una estrategia de conversión. Además de eso se estipularon estrategias con sus respectivos objetivos y tácticas.

Se propuso para la empresa la implementación estrategias SEM que buscan implementar la visibilidad de la marca a través de motores de búsqueda en Google Ads, con tácticas como la creación de sitio web para la empresa, con un modelo responsive que se adapte a distintos dispositivos, Además, crear una ruta de valor en del sitio web para familiarizarse con los productos y servicios ofrecidos por la empresa. Se busca efectuar una investigación a profundidad acerca de palabras claves relacionadas con publicidad y marketing a través de la herramienta Keyword Planner y hacer uso de la herramienta Google Analytics para rastrear la audiencia que transita a través del website. Por otro lado, se propuso estrategias SEO, la cual se enfocará en la obtención de palabras claves acordes a los servicios prestados por Ad Visual Bros y las necesidades de su buyer persona, donde el objetivo es lograr que un gran porcentaje de clientes dejen una reseña sobre el servicio y también aparecer entre los primeros resultados de

Google search. Esto por medio de una suscripción gratis al blog de Ad Visual Bros y alerta de descuentos y un mantenimiento mensual a la página web además de un cronograma de contenidos.

De igual manera, se estipulo una estrategia de Email Marketing, el cual será enfocado en la comunicación de los servicios de la marca a los contactos obtenidos a través del sitio web donde se busca fomentar las visitas en la página web esto por medio de una plantilla con 4 emails y de la sincronización de base de datos a través de la página web con el desarrollo de esta actividad con HubSpot. Finalmente, se hará uso de Marketing de redes sociales para maximizar su presencia en el mercado y aumentar su audiencia, así como y sus beneficios económicos. Esto para incrementar visitas en Instagram, a través de la creación de un cronograma de contenidos y publicidad paga. Además de la creación de un perfil en LinkedIn.

Se realizó un presupuesto para el plan de marketing donde se especifica las proyecciones de los costos para cada estrategia y el costo total del plan. Con esto se espera lograr que Ad Visual Bros aumente la visibilidad en su entorno y se convierta en una empresa mucho más atractiva para su grupo objetivo.

**Palabras Clave:** Estrategias B2B; Publicidad; Search Engine Optimization; Search Engine Marketing; Email Marketing; Comunicación Digital; Motores de búsqueda; Gestión de redes sociales; Estrategia creativa; Marketing Digital.

## Abstract

An analysis was conducted for the company “Ad Visual Bros”, which is responsible for the implementation of creative strategies in terms of advertising for different companies. That is why different buyer personas were made in order to better understand the consumer. Likewise, the company's environment was analyzed in order to set the objectives, strategies, tactics and KPI'S suitable for 12 months, where two main objectives were proposed: obtaining greater brand recognition through search engines and the development of a conversion strategy. In addition, strategies with their respective objectives and tactics were stipulated. It was proposed to the company the implementation of SEM strategies that seek to implement the visibility of the brand through search engines in Google Ads, through tactics such as creating a website for the company, with a responsive model that adapts to different devices. In addition, the creation of a value path on the website to become familiar with the products and services offered by the company. In-depth research of keywords related to advertising and marketing was carried out through the Keyword Planner tool and the use of Google Analytics tool to track the audience that transits through the website. On the other hand, SEO strategies were proposed, which will focus on obtaining keywords according to the services provided by Ad Visual Bros and the needs of its buyer persona, where the goal is to achieve a large percentage of customers to leave a review about the service and also appear among the first results of Google search. This by means of a free subscription to the Ad Visual Bros blog and discount alerts and a monthly maintenance to the website as well as a content schedule. Similarly, an Email Marketing strategy was stipulated, which will be focused on communicating the services of the brand to contacts obtained through

the website, where it seeks to encourage visits to the website through a template with 4 emails and database synchronization through the website with the development of this activity with HubSpot. Finally, social media marketing will be used to maximize their presence in the market and increase their audience, as well as their economic benefits. This to increase visits on Instagram, through the creation of a schedule of content and paid advertising. In addition to the creation of a LinkedIn profile. A budget was made for the marketing plan where the cost projections for each strategy and the total cost of the plan are specified. With this, Ad Visual Bros is expected to increase its visibility in its environment and become a much more attractive company for its target group.

**Key Words:** B2B Strategies; Search Engine Optimization; Search Engine Marketing; Advertisement; Email Marketing; Digital Communication; Search engine; Digital Marketing; Social media management; Creative Strategy.

## Antecedentes

Ad Visual Bros dio inicio a sus actividades comerciales en el año 2019. Esta, fue fundada por dos hermanos; Sergio Sanjuan, actual gerente general, graduado de la carrera de ingeniería electrónica y desarrollo un MBA, y Jorge Sanjuan, actual gerente de producción de la empresa, graduado como publicista profesional. Ambos decidieron juntar los conocimientos de cada uno para dar paso a la creación de la empresa Visual Bros, la cual se dedicaría a la instalación e impresión digital a gran formato y varios servicios relacionados con publicidad. La empresa adquiere su maquinaria con deuda debido a que prefirieron realizar toda la parte de producción internamente en vez de tercerizar y así han asegurado la calidad de sus productos finales y la fidelización de importantes clientes como: Petrobras, Nike, Ya juego, Palatino Centro Comercial, Bavaria, etc. Sin embargo, pocos meses después de abrir, el mundo entro en la crisis del Covid-19 la cual restringió el desarrollo la actividad comercial debido al recorte de presupuesto. Actualmente, la empresa se enfoca en mantener a la relación con sus clientes y se encuentra en búsqueda de la adquisición de nuevos leads, así mismo, se encuentran trabajando en un proyecto de retail por medio de una página web con el fin de poder efectuar ventas al por menor con mayor grado de personalización. (Martinez, 2022)

## **Misión**

Ser el aliado estratégico de nuestros clientes, brindando soluciones en creatividad, Imagen y todo tipo de piezas publicitarias apoyados en el manejo de tecnologías de punta, para así garantizar los más altos estándares de calidad que nos permitan responder adecuadamente a los constantes cambios del mercado nacional.

## **Visión**

Ser la compañía referente en el sector a través del posicionamiento de nuestros productos y servicios, garantizando una importante participación y presencia en el mercado nacional, implementando procesos robustos y eficientes que promuevan la productividad, sostenibilidad, generación de empresa y de empleos a nivel nacional.

## **Objetivo de Negocio**

Proyectar la imagen de una marca y diferenciarla de sus competidores y consumidores, es lo que lleva a desarrollar una estrategia creativa desde su nombre, hasta la correcta gestión de su publicidad. Queremos ser un socio estratégico de nuestros clientes, no un proveedor. Queremos formar parte del crecimiento de su empresa a través de la implementación de estrategias de publicidad externa, donde se basen en 3 pilares fundamentales: calidad, servicio y estrategia creativa.

### **Servicios**

Impresión exterior / interior, Material P.O.P., instalación, alquiler de espacios exteriores / interiores, Gestión de Redes Sociales, Marketing Digital, Páginas Web, Branding Vehicular.

### **Grupo Objetivo**

El grupo objetivo son las empresas que realizan la compra de material visual publicitario, enfocado a las marcas de venta retail que necesitan decorar sus tiendas con nuestro material. Todo el sector retail en Colombia, es nuestro grupo objetivo. Para llegar a ellos se trabaja en pro

de la búsqueda de los directores de mercadeo de las diferentes marcas para ofrecer nuestros servicios. De igual forma, llegamos a las agencias de publicidad que manejan las marcas y a través de los productores de las agencias, poder vender nuestros productos.

### **Formas de Comercialización**

El canal de ventas principal de la empresa es el B2B, realizando el mantenimiento constante de los clientes actuales. Se ha abierto una línea de negocio retail para comercializar a través de la la página de internet e-commerce y finalmente se está constituyendo un equipo de fuerza comercial para poder comercializar B2C.

### **Estrategias y Canales de Comunicación**

Como el principal grupo objetivo son las empresas, se ha diseñado una estrategia de comunicación a través de LinkedIn en donde se muestra a la audiencia los trabajos desarrollados a la fecha, y a través de un cronograma de comunicación, creamos pizas publicitarias que nos

permita captar nuevos clientes. De igual forma, a través de WhatsApp se envía a los clientes actuales piezas de fidelización.

### **Equipo de Mercadeo**

El equipo de Mercadeo está compuesto por un director de Mercadeo, encargado de plantear las estrategias a desarrollar, un equipo digital encargado de realizar las piezas gráficas y el post de estas a las redes sociales de acuerdo con el cronograma.

### **Análisis de competencia**

Para el presente análisis se desarrolló una matriz comparativa de los principales competidores en el mercado, ya identificados por la compañía. A continuación, se presentan los resultados de la información recolectada. (ver tabla completa en el apéndice)

Teniendo en cuenta los resultados de dicha matriz, es posible mencionar que varias empresas cuentan con una gran experticia en la industria de publicidad impresa, esto debido a los años de constitución que llevan (+10), y así mismo, es importante resaltar el tamaño de sus

clientes. La mayoría ha desarrollado proyectos para marcas reconocidas en el mercado colombiano, lo que les permite una validación social importante para la atracción de nuevos clientes.

Por otra parte, cada una de estas empresas cuenta con presencia en la web, lo que les permite un mayor alcance de clientes potenciales, así como la creación de una audiencia, y esto es considerado como una ventaja competitiva, de la cual Visual Bros carece por el momento. Estas cuentan con amplio portafolio de servicios de impresión, detallado en el anexo 1, y han diversificado hacia áreas como el hogar (impresión decorativa), así como otros canales de publicidad (radio, redes sociales y alquiler de vallas). Por último, es importante destacar que estas se encuentran migrando hacia un modelo de servicios personalizados, donde la comunicación se facilita a través del sitio web.

### Análisis DOFA

**Tabla 1.**

*Análisis interno y externo de la compañía (matriz DOFA)*

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
DOFA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variedad de servicios</li> <li>- Grandes clientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poco reconocimiento en el mercado</li> <li>- Poco personal para afrentar la demanda</li> </ul>

<b>Oportunidades</b>	<b>FO</b>	<b>DO</b>
Página web completa e intuitiva para el cliente. -Expansión de servicios a nivel nacional	Crear una página web completa que permita al cliente conocer la variedad de servicios para dar un pie hacia la expansión del negocio.	Desarrollar estrategias SEO Y SEM Para el reconocimiento de la marca y el crecimiento en las ventas.
<b>Amenazas</b>	<b>FA</b>	<b>DA</b>
No hay posicionamiento -Precios bajos de la competencia	Desarrollar un portafolio claro de productos y servicios con estrategias de pricing. Además, solicitar feedbacks por parte del cliente para el desarrollo de nuevos productos.	Realizar un nuevo proceso de branding en el cual se le pueda dar visibilidad a la marca para poder llegar a un buen posicionamiento basado en el valor y en la calidad.

Fuente: Elaboración propia

### **Análisis de Audiencias (Buyer Persona)**

**Tabla 2.**

*Buyer Persona 1*

	Juan Pablo Torres
<b>Perfil General</b>	Emprendedor

	Persona con una pequeña o mediana empresa
<b>Información</b>	Hombre
<b>Demográfica</b>	25 años
	Vive en un apartamento en la ciudad
<b>Identificadores</b>	Innovador y curioso, queriendo conocer más de su mercado y como mejorar su compañía.
	No cuenta una gran experiencia y le falta aún más conocimiento en el sector.
	Tiene grandes ideas, pero no las herramientas para llevarlo a cabo.
<b>Objetivos</b>	Tener una gran estrategia que le permita posicionar a su marca y ganar market share
	Ampliar sus posibilidades para atraer clientes o generar impactos
<b>Retos</b>	Demostrarle al mercado que su propuesta de valor es fuerte y que es una buena opción.

Es el responsable de atraer más clientes a la compañía y que tenga una mejor posición en este.

<p><b>¿Como podemos ayudar?</b></p>	<p>Darte las herramientas y el conocimiento del sector que necesitas para hacer crecer tu marca y tus ventas.</p>
	<p>Permitirte tiempo para pensar en otras cosas de tu negocio y confiar en una empresa calificada para tu marketing.</p>
<p><b>Comentarios</b></p>	<p>A pesar de que tenemos buenas ideas de publicidad para nuestra compañía no siempre sabemos cuál es la mejor forma de sacarla a nuestros consumidores.</p> <p>No contamos con suficientes empleados, o con la visión necesaria para realizar la creación y/o control de las piezas en los diferentes canales de distribución.</p>
<p><b>Quejas</b></p>	<p>El precio de muchas compañías de marketing es muy elevado y no tengo el suficiente tiempo para estar pendiente de todo.</p>

(Tabla elaborada por los autores)

### Tabla 3.

*Buyer Persona 2*

	Maria Cano
<b>Perfil General</b>	Gerente de Marketing de una compañía
	Trabajador de varios años y con respaldo en la compañía
<b>Información Demográfica</b>	Mujer
	35 años
	Vive en la Ciudad
<b>Identificadores</b>	Innovadora y curiosa, buscando sacar la mejor estrategia para posicionarse mejor que la competencia
	A pesar de estudiar y revisar técnicas nuevas y conocer como se hace el marketing en su sector está abierta a recibir la visión de expertos y ayuda.
	No tiene un tiempo excesivo para revisar cada punto con detalle.
<b>Objetivos</b>	Tener una gran estrategia que le permita posicionar a su marca aún mejor y ganar market share
	Ampliar sus posibilidades para atraer clientes o generar impactos

<b>Retos</b>	<p>Su función es lograr penetrar en su mercado aún más, traer nuevos clientes y incentivar a la compra del producto o servicio.</p> <p>Ejecutar de la mejor manera el plan de marketing de la empresa y sacar nuevas estrategias para estar en la vanguardia.</p>
<b>¿Como podemos ayudar?</b>	<p>Ayudar a ejecutar tu plan bajo las necesidades del cliente, sugiriendo ideas y nuevas maneras de incluso mejorar el plan inicial.</p> <p>Permitir que las ideas obtenidas dentro de tu compañía en realidad, con un manejo y control de alta calidad.</p>
<b>Comentarios</b>	<p>A pesar de que tenemos buenas ideas de publicidad para nuestra compañía no siempre sabemos cuál es la mejor forma de sacarla a nuestros consumidores.</p> <p>No contamos con suficientes empleados, o con la visión necesaria para realizar la creación y/o control de las piezas en los diferentes canales de distribución.</p>
<b>Quejas</b>	<p>Las compañías de mercadeo a veces tienden a ser ineficientes, tardan más de la cuenta en enviar las piezas o artes o pueden ser excesivamente costosos.</p>

(Tabla elaborada por los autores)

**Tabla 4.***Buyer Persona 3*

	Lorenzo Gil
<b>Perfil General</b>	Gerente general
	Trabajador de varios años y con respaldo en la compañía
<b>Información</b>	Hombre
<b>Demográfica</b>	45 años
	Vive en una casa no tan cerca del trabajo.
	Persona que toma las decisiones importantes en la compañía, pasan por el la mayoría de las ideas y tiene una alta responsabilidad.
<b>Identificadores</b>	Tiene un gran conocimiento de su sector, pero reconoce que no tiene todo el tiempo que quisiera y necesita ayuda para hacerlo lo mejor posible.
	No tiene un tiempo excesivo para revisar cada punto con detalle.

<p><b>Objetivos</b></p>	<p>Apoyar a su equipo de marketing con ideas o fondos para hacer una mejor estrategia</p> <p>Lograr explicar el plan que se tiene pensado para la compañía y que el resto del equipo le pueda ayudar a ejecutarlo.</p>
<p><b>Retos</b></p>	<p>No solo tiene que encargarse de la estrategia de marketing, sino que desempeña aún más funciones, por lo que no tiene un tiempo excesivo.</p> <p>Mantenerse a la vanguardia en el mercado, siendo clave el aspecto de marketing.</p>
<p><b>¿Como podemos ayudar?</b></p>	<p>Evitando que te gastes tu tiempo mirando cada fragmento o pieza tu solo, podremos proveer los materiales publicitarios y además manejarlos en los canales que se necesite.</p> <p>Permitir que las ideas obtenidas dentro de tu compañía en realidad, con un manejo y control de alta calidad.</p>
<p><b>Comentarios</b></p>	<p>A pesar de que tenemos buenas ideas de publicidad para nuestra compañía no siempre sabemos cuál es la mejor forma de sacarla a nuestros consumidores.</p>

Se necesita gente especializada para ciertos trabajos, a pesar de tener un buen equipo de marketing dentro se necesita ayuda externa.

<b>Quejas</b>	En el pasado, con compañías o agencias de publicidad se debe estar muy pendiente de las piezas y gastar mucho tiempo en reuniones para revisar detalles mínimos.
---------------	--

(Tabla elaborada por los autores)

### **Estrategia de marketing**

Las estrategias de la campaña para Ad Visual Bros estarán fundamentadas en dos objetivos principales; el primero, la obtención de mayor reconocimiento de marca a través de los motores de búsqueda, y, en segundo lugar, el desarrollo de una estrategia de conversión, con la intención de lograr un rendimiento financiero positivo para la compañía a través de las impresiones generadas en la web. A continuación, se mencionan los detalles de cada campaña.

#### **SEM (Search Engine Marketing)**

Práctica que incrementa la visibilidad de una marca mediante acciones de marketing pagadas a través de motores de búsqueda. (Fuente, 2022). Para el ejercicio de este proyecto, se llevará a cabo la promoción paga a través de la plataforma Google Ads.

### **Objetivos.**

Implementar un nuevo canal de comunicación y promoción de sus servicios (website), y generar 500 visitas en el primer mes, luego de su desarrollo. Posteriormente, este porcentaje debe aumentar progresivamente 10% durante cada mes hasta la finalización del proyecto.

Aumentar las ventas de Ad Visual Bros por medio de la promoción de sus servicios y productos a través de la página web, y generar un crecimiento de las ventas totales en un 20% al finalizar el proyecto.

### **Tácticas.**

Creación de sitio web para Ad Visual Bros, con un modelo responsive que se adapte a dispositivos móviles y computadora. Este debe tener una página de inicio para direccionar el tráfico en la plataforma y en dónde se presentarán testimonios de clientes, medios de comunicación, apoyos, certificaciones o premios que destaquen los servicios prestados por Ad visual Bros. Se debe habilitar un menú, y dos páginas de aterrizaje, la primera dirigida hacia la promoción y explicación del portafolio de la empresa. La segunda debe estar direccionada hacia la creación de contenido de valor en la categoría de publicidad para clientes potenciales, a través de un blog que debe ser actualizado 2 veces por semana. Por último, debe crearse una política de privacidad y protección de datos para las personas que compartan sus datos personales para la

subscripción a dicho blog y para el buzón de reseñas en donde los clientes activos tendrán la oportunidad de compartir su experiencia con la empresa.

Crear una ruta de valor para el cliente al interior del sitio web, en donde estos puedan familiarizarse primero con los productos y servicios ofrecidos por Ad Visual Bros, seguido de las experiencias de los clientes que se han visto relacionados con la marca, y al final crear un call to action, donde al hacer click les permita cotizar con facilidad el valor de los productos o servicios que les generen interés.

Efectuar una investigación a profundidad acerca de palabras claves relacionadas con publicidad y marketing, para el motor de búsqueda Google, a través de la herramienta Keyword Planner, así mismo, deben investigarse las palabras claves que se presenten en servicios sustitutos. Filtrar aquellas con mayor volumen de búsqueda y menor competencia en la web, con el objetivo de aumentar las probabilidades de conversión. Dicho proceso debe ser realizado semanalmente.

Hacer uso de la herramienta Google Analytics para rastrear la audiencia que transita a través del website, y comprender si la audiencia y visibilidad del website se encuentra creciendo o no.

**KPI.**

# Visitas al website Visual Bros / # Visitas totales mensuales al website Visual Bros

# Nuevas visitas al website / # Visitantes que regresaron al sitio web

## **SEO (Search Engine Optimization)**

“Es el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de cualquier buscador” (Cardona, 2022). Para la obtención de resultados orgánicos, se deben enfocar los esfuerzos en la obtención de palabras claves acordes a los servicios prestados por AD Visual Bros y las necesidades de su buyer persona, así como asegurar una experiencia positiva por parte del sitio web, en referencia a la calidad del contenido y la rapidez de la plataforma.

### **Objetivos.**

Lograr que el 50% de los clientes activos dejen una reseña sobre la calidad del servicio prestado por la empresa.

Lograr que el website de Ad Visual Bros se encuentre en la primera página o los primeros 30 resultados en Google Search.

### **Tácticas.**

Ofrecer suscripción gratis al blog de AD Visual Bros y alerta de descuentos, con el requerimiento de calificar los servicios prestados por AD Visual Bros. Así mismo, se propone la posibilidad de ofrecer precios promoción para la fidelización de los clientes de la empresa.

Efectuar el mantenimiento mensual a la página web, así como el desarrollo de un cronograma de contenidos para el sitio web y las redes sociales de AD Visual Bros.

Actualizar los contenidos respecto de las palabras claves que se encuentren en tendencia mensual. Optimización de palabras clave.

### **KPI.**

# Reviews / # clientes activos

# Tráfico de visitas orgánicas / # Tráfico de visitas SEM

## **Email Marketing**

Herramienta para la comunicación digital con *leads* por medio del envío masivo de correos electrónicos a una base de contactos, con el objetivo de comunicar promociones o presentar un nuevo producto o marca. (Salesforce, Latinoamérica, 2021). Para el caso de estudio, este será enfocado en la comunicación de los servicios de la marca a los contactos obtenidos a través del sitio web.

### **Objetivos.**

Fomentar a el 60% de las visitas de la página web a compartir su dirección de e-mail personal durante el periodo del proyecto (6 meses).

### **Tácticas.**

Llevar a cabo una plantilla con 4 emails, el primero presentado como un correo de presentación, con un mensaje de call to action, y los siguientes 3 como correos de seguimiento.

Sincronizar la base de datos a través de la página web con el desarrollo de esta actividad, para lo que será necesaria la plataforma HubSpot, con el objetivo de optimizar el flujo de información.

### **KPI.**

Número de correos añadidos a la base de datos (semanal) / flujo de visitantes de la página web (semanal)

Número de correos abiertos (semanal) / Número de correos enviados (semanal)

## **Marketing de Redes Sociales**

Es un conjunto de herramientas que abre diferentes canales de comunicación en el mundo digital. Las redes sociales son un espacio o plataforma donde el público pueda conectarse de diversas formas entre sí, a través de contenidos de audio, video, texto, módulos de audio, foros privados, salas de chat públicas, SMS, chats, correos electrónicos, blogs, etc. (Peralta, 2021). La oportunidad que se identifica en este mercado se relaciona con la manera en que empresas pueden hacer uso de estas para maximizar su presencia en el mercado y aumentar su audiencia, así como y sus beneficios económicos.

### **Objetivos.**

Incrementar el tráfico de visitas en la red social Instagram en un 30% al final del proyecto. Creación de cuenta de registro para LinkedIn y Facebook, posterior a esto lograr un tráfico de visitas igual a 250 en el primer mes, con un incremento del 8% cada mes hasta finalizar el proyecto.

### **Tácticas.**

Creación de un cronograma de contenidos (mensual), que esté compuesto por post de call to action, videos de los proyectos realizados, podcast de temas de interés (publicidad), post que presenten los productos de la empresa. Así mismo, efectuar la publicidad paga en Instagram para delimitar la audiencia en esta plataforma, y llegar al público objetivo.

Para LinkedIn, se debe crear un perfil de empresa en la plataforma, diseñar el feed del perfil, y crear así mismo un cronograma de contenidos mensual compuesto por noticias relevantes de la industria de publicidad, video que muestren los proyectos realizados por Visual Bros, post de sus productos y servicios, así como foros de discusión. Se debe realizar una labor de investigación de clientes potenciales para AD Visual Bros, y contactar dichas empresas a través de esta red. Para el primer mes se considera importante contactar al menos 150 personas, he incrementar esto en un 10% cada mes. Esto, con el objetivo de interactuar con al menos el 10% de las personas contactadas.

Todas estas plataformas deben conectar el tráfico en redes sociales con la página web, para que estos tengas la posibilidad de revisar los productos y servicios de Ad Visual Bros, y cotizar estos, facilitando la comunicación.

### **KPI.**

$ROI = \#Ventas / Inversión \text{ en redes sociales}$

$\text{Costo por acción} = \text{Costo total de conversiones} / \# \text{ total de conversiones.}$

# ventas repetidas

# de visitantes en cada red social

Costo de Adquisición de Clientes = Costo de ventas y marketing / # nuevos clientes adquiridos.

### **Cronograma**

Ver Cronograma en el Anexo 1 “Ad Visual Bros presupuesto y cronograma”

### **Presupuesto**

Ver presupuesto en el Anexo 1 “Ad Visual Bros presupuesto y cronograma”

## Bibliografía

- Cardona, L. (2022, septiembre 15). *SEO: Qué es y guía de posicionamiento en buscadores*. Cyberclick. <https://www.cyberclick.es/que-es/seo>
- Clavijo, C. (22 de enero de 2023). HubSpot. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/b2b>
- Comercialización de vallas publicitarias e insertos publicitarios. Marketmedios Comunicaciones. Recuperado 11 de noviembre de 2022, de <http://www.marketmedios.com.co>
- Diseñadores Colombianos. (2023). Tarifario Diseñadores Colombianos 2022. *Diseñadores Colombianos*. <https://www.disenadorescolombianos.co/tarifario-disenadores-colombianos-2022/>
- El Economista. (22 de enero de 2023). Obtenido de <https://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/seo-search-engine-optimization>
- Fuente, O. (2022, febrero 15). ¿Que significa SEM y cómo funciona? *Thinking for Innovation*. <https://www.iebschool.com/blog/que-significa-sem-y-como-funciona-seo-sem/>
- JCDecaux. (2020, diciembre 12). *JCDecaux Colombia | JCDecaux Latam*. <https://www.jcdecauxlatam.com/co>
- Marketmedios Comunicaciones. (2017). *Publicidad Exterior Vallas Publicitarias*. Marketmedios. <https://www.marketmedios.com.co/vallas-publicitarias>

- OPE. (2022). *OPE –Organización Publicidad Exterior-Inicio*. Organización Publicidad Exterior. <https://ope.com.co>
- Peralta, E. O. (2021). ¿Qué es el Social Media Marketing? *Genwords*. <https://www.genwords.com/blog/social-media-marketing>
- Puon, L. (5 de julio de 2017). Merca2.0. Obtenido de <https://www.merca20.com/como-hacer-una-pauta-en-redes-sociales/>
- Salesforce Latinoamérica. (2021, mayo 19). Emailing: *Qué es y para qué sirve*. *Salesforce*. <https://www.salesforce.com/mx/blog/2021/05/emailing-que-es.html>
- Tarifario Diseñadores Colombianos 2022. (s. f.). Diseñadores Colombianos. Recuperado 11 de noviembre de 2022, de <https://www.disenadorescolombianos.co/tarifario-disenadores-colombianos-2022/>
- Vallas Modernas Publicidad Exterior de Colombia*. (s. f.). Vallas Modernas Publicidad Exterior de Colombia Ltda. Recuperado 26 de enero de 2023, de <https://www.vallasmodernas.com/>
- Zarate Diseño y Publicidad*. (s. f.). Zarate Diseño y Publicidad. Recuperado 26 de enero de 2023, de <https://www.zaratepublicidad.com>

## Apéndice

### Matriz de competidores

Competidor	Sitio Web	Posicionamiento SEO	Redes Sociales	Publicidad Digital	Otros Canales Digitales	Estrategia Digital	Ventaja Competitiva
<b>MPD</b>	<a href="#">MPD - Mercado Publicidad Diseño</a>	Bajo	Facebook Instagram	Ninguna	Email	Optimización SEO	Servicios complementarios como lo es su Línea Home (impresiones decorativas)  Fidelización de clientes representativos en el mercado (KIA, Arturo Calle, Locatel)
<b>ZARATE</b>	<a href="#">Zarate Diseño y Publicidad Ltda. Impresión, Bogotá (zaratep</a>	Intermedia	Facebook Instagram	Google Ads	Chatbox Email Whats App	Optimización SEO	Tienen página web  Diseño website es fácil de leer  Innovación en el método de

	<a href="#">publicidad.com)</a>						pago (se aceptan criptomonedas) Diversificación de servicios (Impresión a gran formato, alquiler de vallas, alquiler mupi, tienda de productos)
<b>MARKET MEDIOS</b>	<a href="#">Market medios, publicidad exterior y vallas publicitarias</a>	Alto	Facebook Twitter YouTube Instagram LinkedIn	Google Ads Facebook Ads	WhatsApp Email	Optimización SEO Contenido en redes sociales y página web	Reconocimiento Internacional Presente en los medios de comunicación por redes sociales más importantes de Colombia (Ultimahora col)  Diversificación de canales de publicidad (Market aeropuerto, Market Radio, Market Box/email marketing, Market

							Transmilenio)
<b>OPE</b>	<a href="#">OPE – ORGANIZACIÓN PUBLICIDAD EXTERIOR</a>	Alto	Facebook Instagram	Google Ads Facebook Ads	Email Whats App	Optimización SEO Motores de búsqueda Contenido en redes sociales y página web	Posicionamiento de marca Experiencia en el mercado (clientes de marcas representativas colombianas)  Portafolio extenso respecto a los materiales Y diseño de la impresión  Página web ilustra la fidelización de clientes, experticia, tiene información clara y concisa y tiene estrategias de call to action
<b>EFFECTI MEDIOS</b>	<a href="#">EFFECTI MEDIOS</a>	Intermedia	Facebook YouTube Twitter	Facebook Ads  Google Ads	Email	Optimización SEM Motores de	Publicidad en transporte masivo, mobiliario,

			LinkedIn Instagram			búsqueda Contenido en redes sociales y página web	urbano, aeropuerto, y cuenta con una página web responsive, y un blog de innovación que genera contenido de valor para los usuarios de sus servicios
<b>JC DECAO X</b>	<a href="#">JCDecaux</a> <a href="#">Colombia</a> <a href="#">JCDecaux</a> <a href="#">Latam</a>	Alta	Facebook LinkedIn Twitter Youtube	Facebook Ads Google Ads	Email	Optimización SEM Motores de búsqueda Contenido en redes sociales y página web	Tamaño de la compañía (multinacional), fidelización de clientes Experticia Presencia en aeropuerto el dorado y mobiliario urbano
<b>Hercas Publicidad Exterior</b>	<a href="#">Hercas</a> <a href="#">Publicidad</a> <a href="#">Exterior</a> = <a href="#">Vallas</a> <a href="#">Publicitarias</a> – <a href="#">Impresión</a> <a href="#">Digital</a> = <a href="#">Publici</a>	Alta	Facebook Instagram Twitter	Google Ads	Whats App	Optimización SEM y SEO	Servicio de Vallas Publicitarias Pantalla Led Señalización Vial Señalización Interna y Externa Impresión en Gran Formato

	<a href="#">dad Exterior</a>						Marketing Digital Asesoría en pauta
<b>Vallas Modernas</b>	<a href="#">Inicio - Vallas Modernas Publicidad Exterior de Colombia Ltda.</a>	Intermedia	No tiene		PBX, celular, email	Optimización SEO	Servicios de Impresión digital, caja de luz, publicidad exterior, autobuses superking, vallas fijas, y ofrecen la opción de desarrollar un proyecto especial de adecuación de carros
<b>Difusión Creativa</b>	<a href="#">Home - Difusión Creativa / Publicidad Exterior y Diseño Producción integral (difusión creativa.com.co)</a>	Intermedia	Facebook e Instagram	No tiene	Whats App	Posicionamiento SEO	Servicios de publicidad exterior, diseño de mobiliario, mantenimiento de avisos exteriores, diseño y fabricación de pop, proyectos personalizados a las ideas del cliente, impresión digital, corte láser

