

**Universidad del Rosario**



**Plan de Marketing Digital Sol & Luna Salón de Onces.**

**Trabajo de grado**

**Programa avanzado para la formación empresarial (PAFE)**

**Joel Felipe Alvarado Galindo**

**Julián David Arrieta Daza**

**Daniel Alfonso Trujillo Hilarión**

**Bogotá, 2020.**

**Universidad del Rosario**



**Plan de Marketing Digital Sol & Luna Salón de Onces.**

**Trabajo de grado**

**Programa avanzado para la formación empresarial (PAFE)**

**Estrategias digitales para negocios**

**Joel Felipe Alvarado Galindo**

**Julián David Arrieta Daza**

**Daniel Alfonso Trujillo Hilarión**

**Tutor: Hernán Cruz**

**Escuela de Administración**

**Bogotá, 2020.**

## **Agradecimiento**

Queremos manifestar un profundo agradecimientos a el gerente de la empresa Sol & Luna Olga Lucia Hilaron Santos, por acompañarnos durante todo el proceso y abastecernos de enriquecedora información, por brindarnos su tiempo y su experiencia, los cuales fueron de gran ayuda para crear el plan de marketing digital. Por otro lado, agradecemos la ayuda de los profesores, principalmente Hernán Alberto Cruz Bernal el cual nos ha guiado por el camino del conocimiento en marketing digital, igualmente a compañeros y a la universidad en general por los conocimientos otorgados.

## **Dedicatoria**

Dedicamos este trabajo, a nuestros padres, por habernos forjado como las personas que somos en la actualidad y las que seremos en un futuro; los logros que han sido conseguidos han sido en gran parte gracias a ustedes y a sus enseñanzas en el camino, influyendo este. Por eso, es imposible no mencionar el gran apoyo que nos dieron y el gran ejemplo, gracias.

Joel Felipe Alvarado

Julián David Arrieta

Daniel Alfonso Trujillo

## TABLA DE CONTENIDO

<b>RESUMEN .....</b>	<b>1</b>
Palabras Clave: .....	1
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>2</b>
Key words:.....	2
<b>1. PLAN DE MARKETING DIGITAL SOL &amp; LUNA SALÓN DE ONCES .....</b>	<b>3</b>
1.1 Descripción de la empresa .....	3
1.2 Definición de la meta:.....	3
<b>2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA:.....</b>	<b>3</b>
<b>3. ANÁLISIS DOFA:.....</b>	<b>5</b>
<b>4. ANÁLISIS PÚBLICO OBJETIVO:.....</b>	<b>6</b>
<b>5. OBJETIVOS DE MARKETING .....</b>	<b>8</b>
5.1 Objetivos Smart: .....	8
<b>6. ESTRATEGIA MD.....</b>	<b>8</b>
6.1 Definición de estrategias: .....	8
6.1.1 Página web y SEO	8
6.1.2 Redes Sociales (Instagram y Facebook)	9
<b>7. EJECUCIÓN EMD: .....</b>	<b>10</b>
7.1 Calendario de GANT .....	10
<b>8. MEDICIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>10</b>
8.1 KPI por objetivos .....	10
8.1.1 Ventas	10
8.1.2 Medios de promoción digitales	11
<b>9. PRESUPUESTO .....</b>	<b>11</b>
9.1 Herramientas.....	11

9.2 Personal.....	11
9.3 Tiempo.....	11
9.4 Inversión Marketing Digital: .....	12
9.5 Presupuesto Total: .....	12

## TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: <i>Análisis de la competencia</i> .....	4
Ilustración 2 Análisis DOFA .....	5
Ilustración 3: Buyer Persona 1 .....	6
Ilustración 4: Buyer Persona 2 .....	7
Ilustración 5: Calendario GANT.....	10

## **Resumen**

Este trabajo consiste en el desarrollo de un plan de marketing digital para la empresa Sol & Luna Salón de Onces, este plan está enfocado principalmente en cumplir la visión planteada por la empresa de expandirse por medio de un nuevo servicio de domicilios en Chía y otros municipios cercanos. Para la elaboración de este plan, se plantearon objetivos y estrategias basados en el uso de plataformas y medios digitales y en los conceptos aprendidos en el programa avanzado para la formación empresarial (PAFE) con el fin de dar cumplimiento a los lineamientos de la empresa y realizar un plan viable para una posterior ejecución.

### **Palabras Clave:**

Presupuesto, Redes sociales, Buyer persona, Estrategias, Tácticas, Análisis competencia, Herramientas, Facebook Business Manager, Plataformas digitales, Calendario

## **Abstract**

This work consists in the development of a digital marketing plan for the company Sol & Luna Salón de Onces, this plan is mainly focused on fulfilling the vision set forth by the company to expand through a new delivery service in Chía and other nearby towns. For the preparation of this plan, the objectives and strategies are based on the use of digital platforms, social media and on the concepts learned in the advanced program for business training (PAFE). Those were proposed in order to comply with the company's guidelines and make a viable plan for a further execution.

### **Key words:**

Presupuesto, Redes sociales, Buyer persona, Estrategias, Tácticas, Análisis competencia, Herramientas, Facebook Business Manager, Plataformas digitales, Calendario

## **1. Plan de Marketing digital Sol & Luna Salón de Onces**

### **1.1 Descripción de la empresa**

Sol y Luna Salón de Onces, es una empresa familiar que se fundó en el año 2003 en el municipio de Chía, Cundinamarca; es una empresa de repostería, pastelería, cafetería, desayunos, entre otros. Se caracteriza por un cálido y amable servicio y por sus productos frescos y a buen precio. Desde un inicio han trabajado constantemente en una estrategia de precios bajos y calidad alta; esto ha funcionado a su perfección ya que más del 80% de la población en Chía conoce a la empresa y disfruta de su servicio y productos. Actualmente cuentan con 15 empleados. Tienen como visión a plazo de 2-3 años incursionar en nuevos municipios tales como Cajicá, Zipaquirá, Cota, entre otros que se encuentra en la Sabana de Cundinamarca ya que varios de sus clientes vienen desde otros municipios solo para ir a compartir en familia una tarde de calidad en el Salón de Onces.

### **1.2 Definición de la meta:**

Sol y Luna Salón De Onces se proyecta en el año 2022 en la expansión de la marca en distintos municipios de Cundinamarca, manteniendo su alta calidad de productos y servicios. Asimismo, ir de la mano con la tecnología para ser una organización actualizada e innovadora en el mercado

## **2. Análisis de la competencia:**

La competencia que analizamos de acuerdo con una investigación en el sector es la siguiente:

COMPETIDOR	DIRECTO	INDIRECTO	PRODUCTOS O SERVICIOS	PRECIOS	PRESENCIA OFFLINE	PRESENCIA ONLINE	ESTRATEGIA	WEB	MEDIOS SOCIALES	OBJETIVOS	PERFIL CLIENTE	VENTAJA COMPETITIVA
TOSTAO			Panadería, repostería y café	Entre \$2.000 y \$7.000 x/persona	SI	SI	Material orgánico y pauta digital pagada	<a href="https://tostaocafevpan.com/">https://tostaocafevpan.com/</a>	Instagram - Facebook	Interacciones, tráfico, alcance	Hombres y Mujeres. NSE 3 hacia	Precios bajos y buena calidad, servicio de domicilio pagina web
DULCINEA			Panadería, repostería, desayunos, pastelería y café	Entre \$5.000 y \$12.000 x/persona	SI	SI	Material orgánico y pauta digital pagada	<a href="http://dulcinea.com.co/">http://dulcinea.com.co/</a>	Instagram - Facebook	Interacciones, tráfico, alcance	Hombres y Mujeres. NSE 4 hacia adelante. 13-	Servicio a domicilio por pagina web
PAN PA YA			Panadería, repostería, desayunos, pizza y café	Entre \$4.000 y \$8.000 x/persona	SI	SI	Material orgánico y pauta digital pagada	<a href="https://panpaya.com.co/">https://panpaya.com.co/</a>	Instagram - Facebook - Twitter	Interacciones, tráfico, alcance	Hombres y Mujeres. NSE 3 hacia adelante. 13-	Posicionamiento de la marca en el mercado, Servicio de domicilio por pagina
JUAN VALDEZ			Café, pastelería y repostería	Entre \$6.000 y \$15.000 x/persona	SI	SI	Material orgánico y pauta digital pagada	<a href="https://www.juanvaldezcafe.com/">https://www.juanvaldezcafe.com/</a>	Instagram - Facebook - Twitter	Interacciones, tráfico, alcance	Hombres y Mujeres. NSE 4 hacia adelante. 13-	Líderes a nivel nacional en la elaboración y venta de café. Status para

Ilustración 1: *Análisis de la competencia*

Fuente: Trabajo Propio de los autores.

(Dulcinea , 2020) (JuanValdez, 2020) (Pan pa ya , 2020) (Tostao, 2020)

### 3. Análisis DOFA:



Ilustración 2 Análisis DOFA

Fuente: Trabajo Propio de los autores.

#### 4. Análisis público objetivo:

En este punto se analizará y se determinará a qué público objetivo llegaremos a continuación las siguientes características:



Ilustración 3: Buyer Persona 1

Fuente: Trabajo Propio de los autores.

# Martin Rojas



## QUEJAS COMUNES.

- No cuentan con servicio a domicilio
- Hay poca actividad e información en las redes sociales
- Es difícil recordar el nombre de la empresa ya que no hay presencia de la marca ni física como digital

## MENSAJE DE MARKETING

- Implementar estrategias y tácticas para el posicionamiento de marca a través de redes sociales y sitio web oficial de la empresa
- Realizar toda una estructura de domicilios por la página web de la empresa y por redes sociales difundir números telefónicos

## MENSAJE DE VENTAS.

- “A partir de ahora contamos con Domicilios, realiza tu pedido por nuestra página web o llámanos Ahora, para disfrutar de nuestros productos”

Activar Windows  
Ve a Configuración para activar Windows.

Ilustración 4: Buyer Persona 2

Fuente: Trabajo Propio de los autores.

## 5. Objetivos de Marketing

### 5.1 Objetivos Smart:

- Incrementar el número de ventas de la compañía en un 20% por medio del servicio de domicilios en los próximos 10 meses (tentativos por la incertidumbre actual del país).
- Incursionar en el mercado de ventas por medios de promoción digitales, aumentando los clientes recurrentes (3 compras por semana) en un 40% en los próximos 4 meses.
- Aumentar ventas de un 17% a un 60% en los primeros 6 meses, en el mercado de los municipios aledaños (Cajicá, Sopo, Zipaquirá, Cota).

## 6. Estrategia MD

### 6.1 Definición de estrategias:

#### 6.1.1 Página web y SEO.

Elaborar una página web con contenidos de alta calidad acerca de los productos de la empresa para que, por medio de esta, los clientes puedan utilizar el nuevo servicio de domicilios y realizar sus pedidos. Esto permitirá llevar un control adecuado de las solicitudes de los clientes, pagos y generar una base de datos para futuras estrategias.

- La página web se diseñará con la adaptabilidad para dispositivos móviles.

- Realizar estudio de palabras clave para poder utilizarlas en los contenidos de la página.
- Utilizar Google WebMaster Tools para indexar la página y optimizar la visibilidad del sitio web.
- Asignar un local SEO para ser la primera opción en aparecer en los motores de búsqueda de los usuarios de Chía y los municipios cercanos.
- Mantener actualizada la página con noticias, promociones, nuevos productos etc.

### **6.1.2 Redes Sociales (Instagram y Facebook).**

Hacer que los residentes de Chía y los municipios cercanos conozcan a la empresa y sus productos por medio de las redes sociales.

- Realizar anuncios los cuales cuenten con la opción de redireccionar al consumidor directamente a la página Web, en la cual se podrá navegar para tomar diferentes opciones, como domicilios, portafolio de productos, o las que se nombraron anteriormente.
- Pagar publicidad en Instagram para tener mayor visibilidad y atraer seguidores que puedan ser clientes potenciales
- A través de Instagram y Facebook se elaborarán carruseles y/o post ads de manera semanal o quincenal realizar cambio de creativos para alcanzar y tener mayor consideración de la marca.
- Realizar dos publicaciones a la semana en las horas más transitadas de las redes sociales (4:00-6:00 pm) en Instagram y Facebook, para aumentar el número de visitas a el perfil por semana y así un reconocimiento de marca por estos medios.
- Realizar concursos para atraer a nuevos seguidores.
- Utilizar anuncios click to call en Facebook e Instagram para adquirir nuevos clientes.
- Utilizar Facebook business manager como herramienta para el manejo de redes sociales.
- Utilizar Facebook Analytics para el seguimiento de estadísticas en redes sociales.



- Porcentaje de repetición de compras
- Ventas por día

8.1.2 Medios de promoción digitales. Medios por los cuales se hará el marketing correspondiente.

- Tiempo medio de visita en la página web
- Porcentaje de conversión a leads
- tráfico de usuarios nuevos
- Porcentaje de nuevos seguidores
- Costo por lead

## **9 Presupuesto**

### **9.1 Herramientas**

- Facebook Business Manager
- Google Trends
- Facebook Analytics

### **9.2 Personal**

El sistema salarial que se maneja es un monto total inicial acordado por el trabajo a realizar:

- 1 fotógrafo con especialidad en fotografía de producto y publicidad por prestación de servicios

Salario: \$400.000 a \$600.000

- 1 Diseñador de sitios web: por prestación de servicios

Salario: \$1.500.000 a \$2.500.000

- 1 Trader Digital: \$700.000 a \$900.000 al mes

### **9.3 Tiempo**

El plazo de ejecución será de 10-15 días después de ser aprobado por el cliente

#### **9.4 Inversión Marketing Digital:**

Facebook e Instagram: \$4.000.000 a \$6.000.0000

#### **9.5 Presupuesto Total:**

Planeación y ejecución: \$8.700.000 aproximadamente

### **10 Referencias.**

Dulcinea . (2020). *Dulcinea* . Obtenido de Dulcinea : <https://www.dulcinea.com/>

JuanValdez. (2020). Obtenido de <https://www.juanvaldezcafe.com/>

Pan pa ya . (2020). Obtenido de <https://panpaya.com/>

Tostao. (2020). Obtenido de <https://tostao.com/>