

AmGlobal



Universidad del  
**Rosario**

Autores:

Camilo Alexander Cárdenas Cruz

Oscar Chaparro

Karen Marcela Daza

Alejandro Malagón

Julián Andrés Sacristán Forero

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MARKETING

PARA ENTORNOS DIGITALES

Escuela de Administración

mayo 30 de 2025  
Bogotá D.C., Colombia

2025

Declaro(amos) bajo gravedad de juramento, que he(mos) escrito el presente proyecto integrador de especialización por mi(nuestra) propia cuenta, y que, por lo tanto, su contenido es original. Declaro(amos) que he(mos) indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información, y que este proyecto integrador de especialización no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación". (Camilo Alexander Cárdenas Cruz, Oscar Chaparro, Karen Marcela Daza, Alejandro Malagón / 30 de mayo de 2025).

Declaración de exoneración de responsabilidad: "Declaro(amos) que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su(s) autor(es). La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él". (Camilo Alexander Cárdenas Cruz, Oscar Chaparro, Karen Marcela Daza, Alejandro Malagón / 30 de mayo de 2025).



**PANELES SOLARES**



**Universidad del  
Rosario**



# **AMGLOBAL**

Invierte en tu futuro, ahorra en el presente.



# TRANSFORMANDO EL FUTURO CON ENERGÍA SOLAR

Con el objetivo de reducir los costos asociados a la facturación del servicio eléctrico, surge la necesidad de implementar una fuente de energía totalmente renovable, como la energía solar. Esta proviene de una fuente inagotable y duradera: el sol, lo que permite su adaptación a diversos entornos, incluyendo zonas geográficamente remotas.

La energía solar se capta mediante sistemas especializados que transforman la radiación solar en electricidad, ofreciendo una alternativa limpia y eficiente. Nuestra meta es consolidarnos como una empresa sostenible y socialmente responsable, comprometida con el desarrollo energético que responda a las necesidades actuales sin comprometer el futuro.





# ¿QUIENES SOMOS?



Universidad del  
**Rosario**

Somos una compañía innovadora especializada en soluciones de energía solar para condominios ubicados en zonas de clima calido. Nuestro objetivo principal es ofrecer paneles solares de alta calidad que permitan a los residentes disfrutar de una fuente de energía limpia, eficiente y económica.

Nos destacamos por nuestra capacidad para combinar tecnología avanzada con un servicio al cliente excepcional. Desde la instalación hasta el mantenimiento, nuestro equipo de expertos se asegura cada proyecto se ejecute con la máxima precisión y profesionalismo. Además, nos dedicamos a educar a nuestros clientes sobre los beneficios de la energía solar, facilitando una transición hacia un futuro más sostenible.





## MISIÓN

Brindamos soluciones solares sostenibles mediante suministro, instalación y mantenimiento de paneles, promoviendo eficiencia energética y cuidado ambiental en Tocaima y sus alrededores.



Universidad del  
**Rosario**

# AMGLOBAL



## VISIÓN

Ser líderes en soluciones solares en Cundinamarca para 2030, destacándonos por innovación, calidad y compromiso con el desarrollo sostenible de las comunidades.



# NUESTROS PRINCIPIOS



## Sostenibilidad

Promovemos el uso responsable de los recursos naturales mediante prácticas sostenibles, controles de calidad y servicios de instalación que aseguran la eficiencia de nuestros paneles solares.

## Responsabilidad Social

Contribuir al bienestar de las comunidades locales y apoyar iniciativas que fomenten el desarrollo sostenible.

## Calidad y Excelencia

Asegurar que todos los productos y servicios ofrecidos cumplan con los más altos estándares de calidad y desempeño.



# PROPUESTA DE VALOR



## **Eficiencia y Ahorro:**

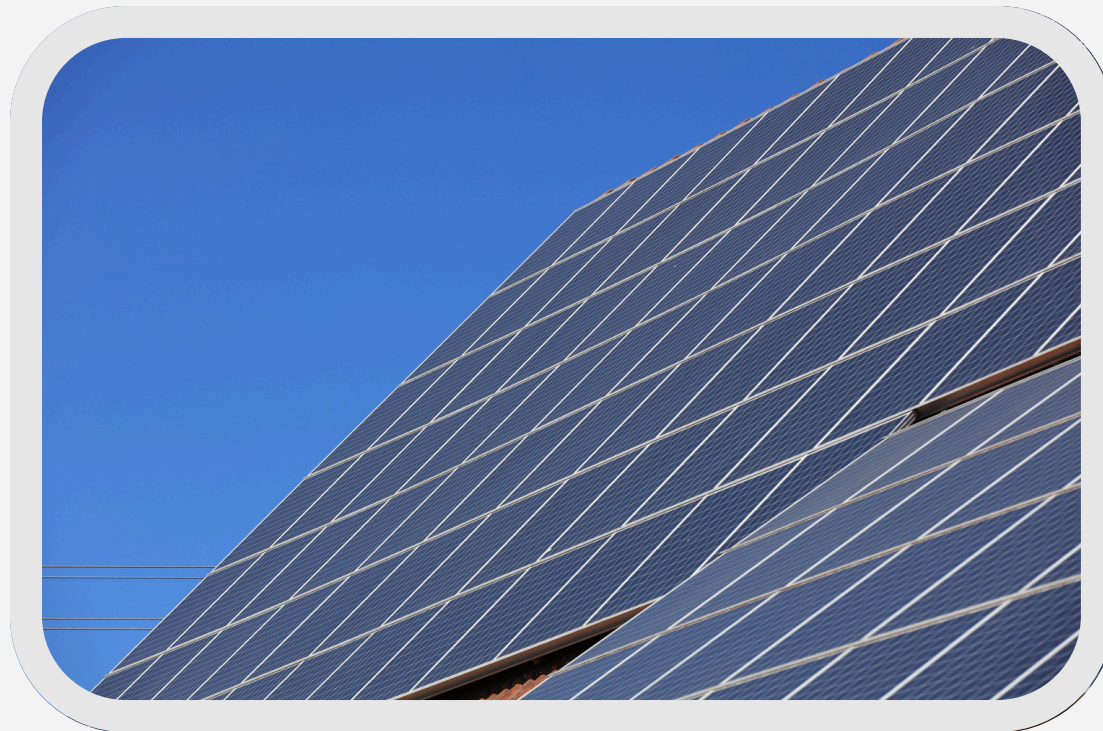
Brindar una solución que no solo es eficiente sino que también representa un ahorro significativo en costos energéticos.

## **Servicio Personalizado:**

Atención adaptada a las necesidades y características individuales de cada cliente.

## **Sostenibilidad:**

Beneficios que se extienden durante muchos años con un impacto duradero en el medio ambiente y de las finanzas.



## Paneles Solares

---

Dispositivo que convierte la energía solar en electricidad.



## Batería Solar

---

Dispositivo que almacena energía eléctrica generada por paneles solares.



## Instalación

---

Colocación de paneles solares en una estructura de soporte, y su posterior conexión a un inversor y al sistema eléctrico.

# SERVICIOS



## Consultorías

Ofrecer una consulta inicial para entender las necesidades específicas de cada cliente y realizar una evaluación detallada de la zona. Esto incluye la revisión de la ubicación, el consumo energético actual.

## Mantenimiento y reparación

Mantenimiento regular y soporte técnico para asegurar que el sistema solar continúe funcionando de manera eficiente.

## Capacitación

ofrecer talleres y sesiones informativas para educar a los clientes sobre el funcionamiento del sistema solar.

# INFRAESTRUCTURA

Es un sistema escalable: una de las grandes ventajas es su capacidad de adaptación a diversas necesidades. Debido a su naturaleza y componentes, , ya que se puede empezar con una instalación pequeña y, si en el futuro se necesita más energía, se incorpora de manera sencilla más paneles.

Mantenimiento mínimo: una vez instalados, los paneles solares solo necesitan limpiezas periódicas y revisiones ocasionales para asegurar un funcionamiento óptimo.

## **Soporte Técnico:**

Servicios para solucionar problemas técnicos del sitio web y mantener su operatividad.



## INTERNOS

### **Equipo de Marketing:**

Encargado de manejar el SEO, publicidad digital, y redes sociales que implementan y gestionan las estrategias de marketing.

### **Equipo de Ventas y Atención al Cliente:**

Personal capacitado para interactuar con clientes potenciales y actuales, y gestionar consultas y cierres de ventas.

### **Instaladores:**

Personal Capacitado para realizar las visitas e interactuar con los clientes de forma directa

## EXTERNOS

### **Clientes Potenciales:**

Residentes de condominios en zonas de tierra caliente interesados en soluciones energéticas sostenibles

### **Clientes Actuales:**

Propietarios de condominios que ya han adquirido paneles solares y pueden proporcionar testimonios y recomendaciones.

### **Socios y Proveedores:**

Empresas que proporcionan materiales, tecnología y servicios complementarios a la venta e instalación de paneles solares. B2B

# PLATAFORMAS



**WEB SITE**

Plataforma principal para la información sobre productos y servicios, además, cuenta con la opción para pagar por los paneles



**Facebook**

En esta aplicación, mostraremos nuestros productos, además, a través de marketplace podemos vender nuestro productos.



**Instagram**

Aplicación para dar a conocer a nuestros clientes a través de reels nuestros productos y servicios.



**WhatsApp**

Canal para manejos de asesoramiento con nuestros clientes

# CONTENIDO INFORMATIVO



## Artículos Educativos:

Publica artículos redes sociales sobre temas relacionados con la energía solar, como "Beneficios de la energía solar en zonas de tierra caliente" o "Cómo los paneles solares pueden reducir tus facturas de electricidad".

## Piezas Gráficas:

Crear infografías o piezas graficas que resuman información clave, como "El impacto ambiental positivo de los paneles solares" o "Cómo funciona un sistema de paneles solares".

## Seminarios presenciales:

Temas educativos como "Ventajas de la energía solar para condominios en climas cálidos" o "Preguntas frecuentes sobre la instalación de paneles solares".

## Videos:

videos que expliquen el proceso de instalación, beneficios de la energía solar, y testimonios de clientes. Ejemplos incluyen "Cómo se instala un panel solar en un condominio" y "Testimonios de clientes satisfechos".



# CANALES DE DISTRIBUCIÓN



## **SOCIAL MEDIA**

Usaremos redes sociales para educar e informar a nuestro cliente , sobre los beneficios de los paneles solares, fomentando la participación y el interés. Dirigiremos anuncios educativos a audiencias específicas interesadas en la energía solar.

## **SEO**

1. Mayor Visibilidad: aumentamos la probabilidad de que más personas vean y visiten nuestro sitio web o redes sociales.
2. Mejora la Experiencia del Usuario: mejorar nuestro posicionamiento en los motores de búsqueda, y brindar una mejor experiencia a nuestros usuarios.

## **CRM**

Nos facilita la gestión de las relaciones con los clientes, mejora la eficiencia operativa y ayuda a las empresas a tomar decisiones más estratégicas basadas en datos.

## **MERCADER**

Nos ayuda a crear estrategias que impulsen el crecimiento del proyecto.



# ANALITICA



## Métricas a Monitorear:

Engagement en Redes Sociales: Mediremos interacción con tus publicaciones, incluyendo likes, shares, comentarios y el crecimiento de seguidores.

## Herramientas de Análisis:

Google Analytics: Seguimiento del tráfico web, comportamiento del usuario y conversiones.

## Tráfico del Sitio Web:

Usaremos Google Analytics para rastrear el tráfico hacia las páginas de contenido educativo. Monitorea métricas como visitas, tiempo en página, y tasa de rebote.

## Herramientas de Redes Sociales:

Utilizaremos las herramientas de análisis integradas en plataformas como Facebook Insights y Instagram Analytics para medir el rendimiento de tus publicaciones y anuncios.





### Radiación Solar y Datos Climáticos

Información meteorológica local y niveles de radiación solar en Tocaima y sus alrededores, esenciales para el diseño y dimensionamiento eficiente de sistemas solares.

### Requerimientos Energéticos del Cliente

Datos específicos de consumo eléctrico de hogares, negocios o fincas, que permiten personalizar las soluciones de instalación solar según las necesidades reales.



# INPUT LAYER

### Proveedores y Componentes Tecnológicos

Información técnica y disponibilidad de paneles solares, inversores, baterías y demás equipos certificados que garantizan calidad y eficiencia.

### Normativas y Regulaciones Locales

Requisitos legales, ambientales y técnicos vigentes en Colombia y Cundinamarca para la instalación de sistemas solares, incluyendo incentivos o restricciones.



# HIDDEN LAYER



REALIZACIÓN DE EVENTOS

CREACIÓN DE VIDEOS INFORMATIVOS

REFERIDOS

BASE DE DATOS

VISITA TÉCNICA



AMGLOBAL



Universidad del  
**Rosario**

# OUTPUT LAYER

## **Campañas Educativas y de Concienciación:**

Producción de Contenido: Crear y distribuir contenido educativo como artículos, infografías y videos sobre los beneficios económicos y ambientales de los paneles solares.

Desarrollar una serie de videos informativos que expliquen el funcionamiento de los paneles solares, casos de éxito y consejos para el mantenimiento.

## **Resultados Esperados:**

- Aumento en el Tráfico Web: Más visitas a nuestro sitio web y a las páginas de contenido educativo.
- Mayor Engagement: Aumento en la interacción nuestras publicaciones en redes sociales y en el contenido de estas.



AMGLOBAL



# OUTPUT LAYER

## Participación en Eventos y Ferias

Aumentar la visibilidad de nuestro emprendimiento y establecer contacto directo con posibles clientes.

Acciones:

- **Exhibiciones y Stands:** Participa en eventos y ferias de energía renovable, tecnología verde y sostenibilidad para presentar nuestros paneles
- **Presentaciones:** Ofrecer charlas sobre los beneficios de la energía solar y el proceso de instalación en condominios.

## Resultados Esperados:

- **Generación de Leads:** Captura de nuevos contactos interesados en tus productos.
- **Incremento de la Visibilidad de la Marca:** Mayor reconocimiento de la marca en el mercado local.



# OUTPUT LAYER

## Generación de Referidos y Testimonios

Utilizar la recomendación de clientes satisfechos para atraer nuevos clientes.

- **Programa de Referidos:** Implementa un programa de incentivos para clientes actuales que refieran nuevos clientes.
- **Testimonios y Casos de Éxito:** Publicar testimonios y estudios de caso en nuestro sitio web y redes sociales para demostrar la satisfacción de los clientes y los beneficios obtenidos. todo con el objetivo de darle un incentivo por referirnos.

## Resultados Esperados:

- Aumento en las Conversiones: Mayor tasa de conversión a partir de referencias y testimonios positivos.
- Credibilidad y Confianza: Refuerza la confianza en tu marca a través de recomendaciones de clientes satisfechos.

TIENE

## ANTES

Personas que viven en un clima cálido, cansadas de los altos costos energéticos buscando oportunidades para economizar.

SIENTE

- 1) Ansiedad:** Al enfrentarse a un recibo costoso, puede preocuparse por cómo cubrirá el gasto dentro de su presupuesto mensual.
- 2) Injusticia:** Puede sentir que está pagando más de lo que debería en comparación con otras personas o meses anteriores.
- 3) Preocupación por el futuro:** Pensar que este aumento en los costos podría convertirse en un patrón recurrente.
- 4) Enojo:** Sentir enojo con la compañía de electricidad, pensando que podrían estar aplicando tarifas injustas o que algo está mal en la facturación.

## DESPUES

Personas que viven en climas cálidos se sienten satisfechas al usar paneles solares para reducir los costos de energía.

- 1) Satisfacción:** La persona puede sentir satisfacción al ver que los esfuerzos por reducir el consumo energético han dado frutos y se refleja en la factura.
- 2) Tranquilidad:** Saber que los costos son menores permite que la persona se sienta más tranquila y menos estresada por el manejo de sus finanzas.
- 3) Motivación:** Ver un recibo económico puede motivar a la persona a continuar con prácticas de ahorro energético



Universidad del  
**Rosario**



# LEADMAGNET #1 BENEFICIOS DE LOS PANELES SOLARES



**Reducción de costos de energía:** se puede reducir el valor de la factura eléctrica.



**Retorno de inversión:** A mediano plazo, se recuperará la inversión inicial y se multiplicará el ahorro.



**Incremento del valor del inmueble:** Se aumenta el valor de reventa de la propiedad.



**Mantenimiento:** Los paneles solares requieren poco mantenimiento.



**Fácil instalación:** Los paneles solares se pueden adaptar a diversas ubicaciones.



**Cortes de energía:** Se puede tener energía durante cortes eléctricos o situaciones de emergencia.



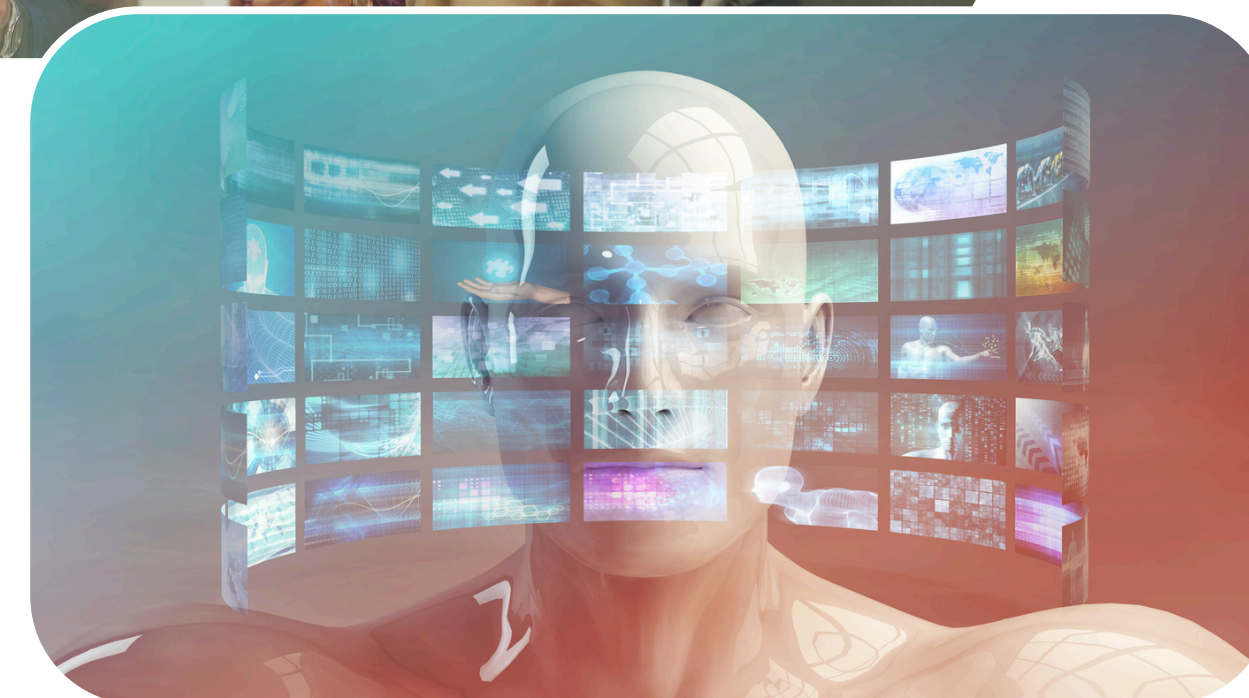
**Uso en áreas remotas:** Permite el acceso a energía en regiones alejadas



**Bajos costos operativos:** Una vez instalados, los costos son mínimos.



**Reducción de la demanda en las redes eléctricas:** Mayor estabilidad en el suministro energético.



# OFERTA IRRESISTIBLE



Tener productos de bajo costo pero con alto valor de beneficios:

- **Kit Solar Portátil de Emergencia:** Por la compra de dos paneles solares tamaño mediano, se ofrecerá un kit solar portátil que sirve para iluminar áreas pequeñas.
- **Kit de Diagnóstico Solar a Precio Reducido:** se ofrecer un diagnóstico solar completo de la propiedad, donde se incluye un análisis de radiación solar, y las estimaciones de ahorro en la factura eléctrica.
- **Bonificación por referidos:** Por cada referido que se haga por la persona, se devuelve hasta el 5% del costo de tu sistema.



ANALYSIS 1

ANALYSIS 2

# OFERTA CENTRAL

- Descuento del 10% en la instalación de sistemas solares.
- Garantía de 3 años en los paneles y 1 año en la instalación.
- Asesoría gratuita para determinar el mejor sistema para tu hogar o negocio.
- Por la compra del sistema completo te obsequiamos servicio preventivo totalmente gratis.
- Instalación rápida y profesional por nuestro equipo certificado.





AMGLOBAL



Universidad del  
**Rosario**

# MAXIMIZADOR



## Portafolio

Catálogo de Productos personalizados: Explora una amplia variedad de paneles solares adaptados a cada una de las necesidades.



## Promociones

Obsequios por compra de varios paneles solares: Al adquirir un sistema completo, se recibirá un servicio gratuito con el motivo de maximizar el rendimiento de la inversión.



## Suscripciones

Suscripción mensual de descuentos sorpresas: se ofrece una suscripción mensual de diferentes tipos de paneles solares a un precio atractivo



Website

[www.amglobal.com.co](http://www.amglobal.com.co)





AMGGLOBAL



Universidad del  
**Rosario**

# FIDELIZACIÓN



Revisión gratuita de  
Mantenimiento preventivo por 1  
mes.



Proporcionar un programa  
continuo de aprendizaje y apoyo  
para los residentes del  
condominio.



Programa de recompensas /  
Descuentos acumulados hasta  
un 30% en la próxima compra  
por referidos.



Organizar talleres o seminarios  
para clientes sobre las nuevas  
tecnologías de ahorro energético  
para aumentat la comunidad.



Website

[www.amglobal.com.co](http://www.amglobal.com.co)





Universidad del  
**Rosario**

# ESTRATEGIA CREATIVA



## Objetivo de mercado

Desarrollar negocios de venta y mantenimiento de equipos de energía solar en hogares e industrias en zonas calidas en Colombia.



## Objetivo de comunicación

Destacar los beneficios de la energía solar como la economía, sostenibilidad y la autonomía.



## Promesa básica

AMGLOBAL ofrece soluciones prácticas para ahorrar en los costes de la energía eléctrica.



## Reason Why

Nuestros paneles solares te permiten reducir significativamente tus costos de electricidad, especialmente en zonas de clima cálido donde el consumo es más alto.

# IA



## **COPYMATIC 1**

Aprovecha la energía del sol y reduce tus costos de electricidad con nuestros paneles solares de alta eficiencia. Diseñados para soportar climas cálidos, ofrecen una solución sostenible que no solo beneficia al medio ambiente, sino que también maximiza tu ahorro.

## **COPYMATIC 2**

Transforma tu hogar en un espacio más sostenible con nuestros innovadores paneles solares. En AMGLOBAL, garantizamos calidad y rendimiento superior que se adapta perfectamente a las necesidades energéticas de los condominios en zonas calurosas, ayudándote a ahorrar significativamente.



# DALL·E 2



**APROVECHA LA ENERGIA DE TUS PANELES DE ALTA CALIDAD DE ALTA EFICIENCIA**

35K. 2

23

**APROVECHA LA ENERGIA DE EL SOL Y REDUCE ELECTRICIDAD**

**3** **31**

Tus calidos **SON** calidos **SON** salida

Design 2

*(Note: The text in the image is mirrored and partially illegible due to the AI generation process.)*





# CHAT GPT

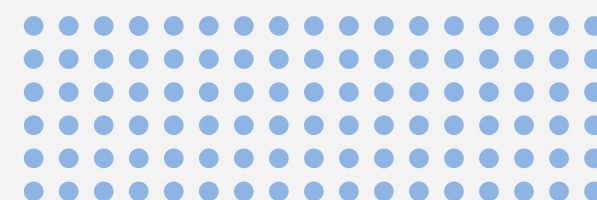


## Copy de 10 palabras

Paneles solares resistentes, ahorro inmediato y máxima eficiencia en climas cálidos.

## AUDIO IA

[HTTPS://YOUTUBE.COM/SHORTS/QPOJGJTניה?FEATURE=SHARE](https://youtube.com/shorts/qpojgjtניה?feature=share)

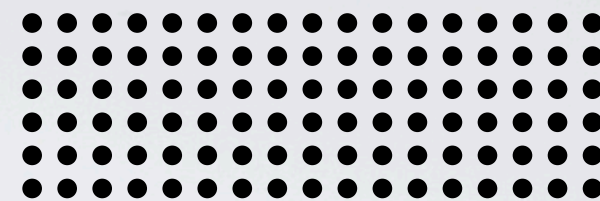




Universidad del  
**Rosario**

# Storytelling

<https://www.youtube.com/watch?v=abut-QKZQVw>





# MODELO DE NEGOCIO DE LA EMPRESA DESDE UNA DIMENSIÓN “LEAN”



Universidad del  
**Rosario**

## Problema

1. Precios de consumo elevados.
2. Déficit de servicio eléctrico.
3. Falta de infraestructura eléctrica.

## Solución

Proyectos Compartidos: Permiten a varias familias o empresas compartir la instalación y los beneficios de un sistema solar.

## Flujo de Ingresos

- Ventas.
- Instalación.
- Mantenimiento postventa.

## Segmento de Clientes

Personas que residen en condominios de clima cálido.

## Ventaja Competitiva Injusta

Costos de Producción Bajos: Las mejoras en la tecnología y la producción en masa han reducido significativamente el costo de los paneles solares.

## Estructura de Costos

1. Costos de importación.
2. Subcontratación (proyectos grandes).

## Propuesta Única de Valor

Energía solar: invierte en tu futuro, ahorra en el presente.

## Canales

- Voz a voz.
- Página web.
- Redes sociales.

## Métricas Clave

No tenemos suficiente información

# VALUE INNOVATION CURVE



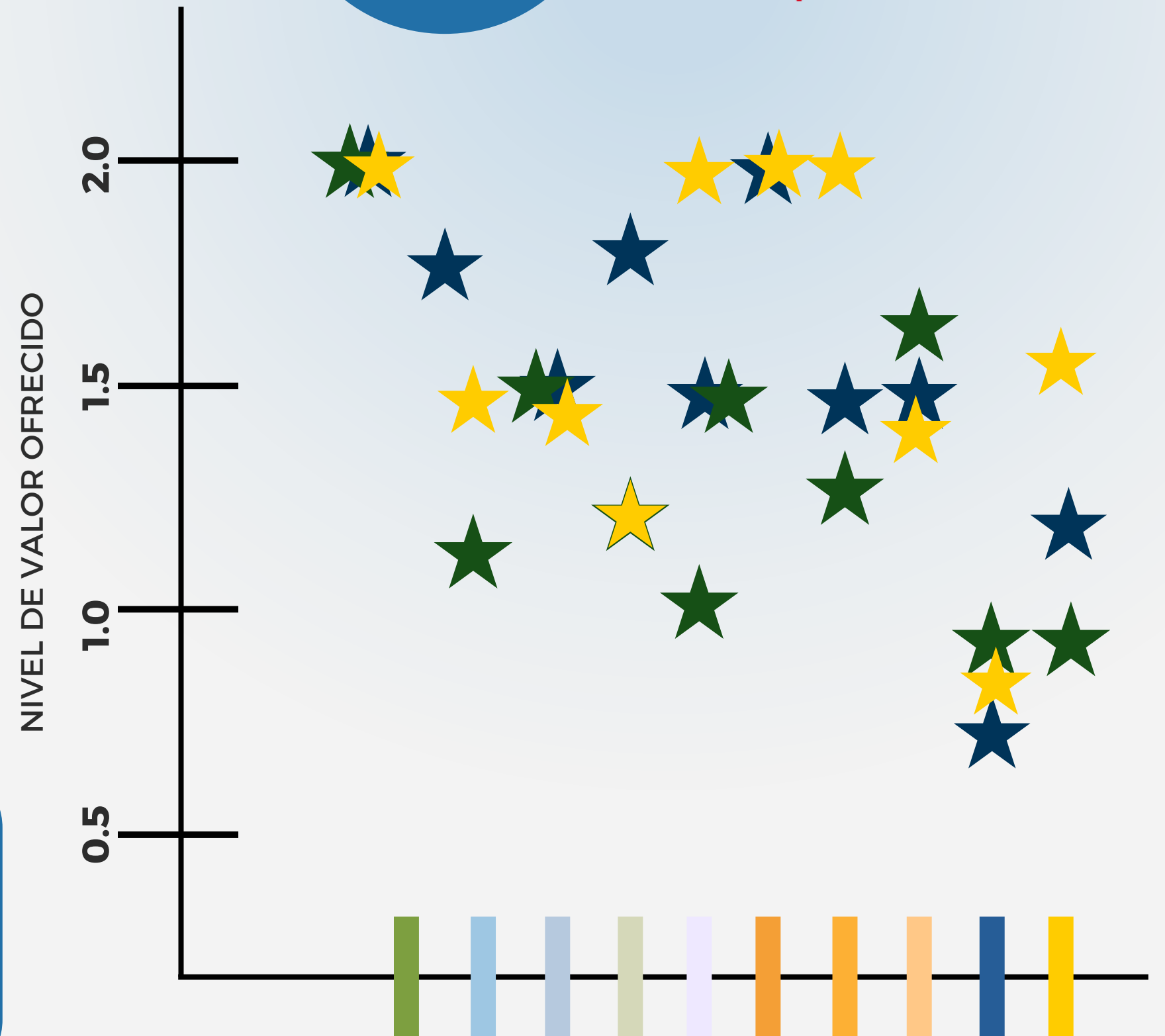
Universidad del  
**Rosario**

-  ALTOS COSTOS DE IMPORTACIÓN DE PANELES SOLARES
-  COMPLEJIDAD DE BUSQUEDA DE PROVEDORES
-  ALTO COSTO QUE SOPORTA LA TECNOLOGÍA
-  INCUMPLIMIENTO EN LOGÍSTICA
-  BAJO CONTROL DE PERSONAL
-  ALTA VOLATILIDAD DE PRECIOS EN EL MERCADO
-  LIMITADAS MÉTRICAS QUE FACILITEN LA TRAZABILIDAD EN LA GESTIÓN
-  GARANTÍA DE PANELES
-  ASESORÍA PERSONALIZADA
-  FINANCIAMIENTO

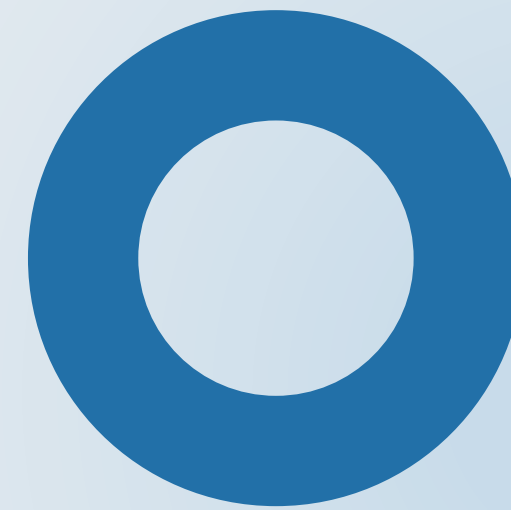


**Empresas Directas**

-  GREEN TECHNOLOGY
-  SOLTEC
-  AMGLOBAL (NUESTRA EMPRESA)



# VALUE INNOVATION CURVE






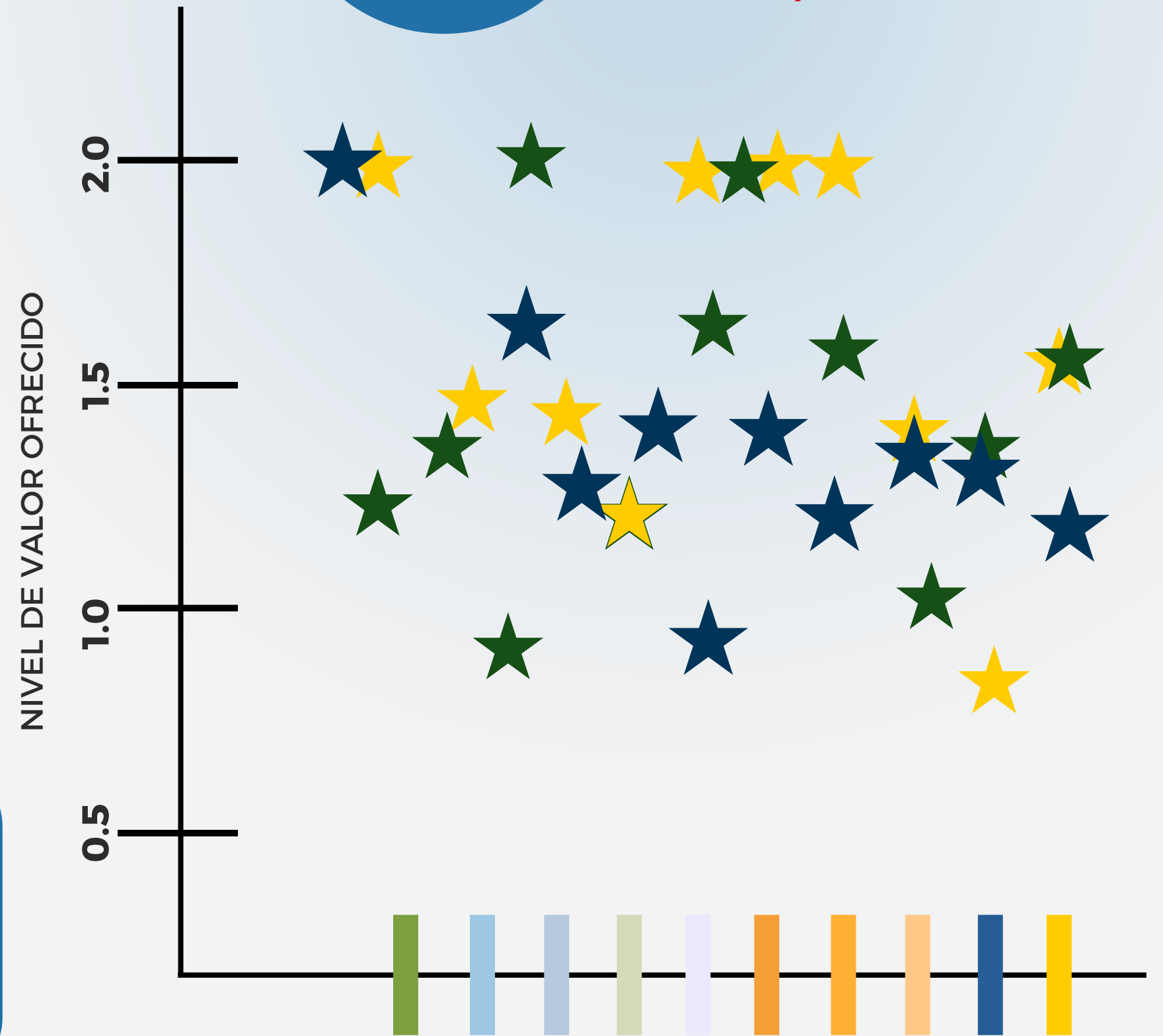
Universidad del  
**Rosario**

-  ALTOS COSTOS DE IMPORTACIÓN DE PANELES SOLARES
-  COMPLEJIDAD DE BUSQUEDA DE PROVEDORES
-  ALTO COSTO QUE SOPORTA LA TECNOLOGÍA
-  INCUMPLIMIENTO EN LOGÍSTICA
-  BAJO CONTROL DE PERSONAL
-  ALTA VOLATILIDAD DE PRECIOS EN EL MERCADO
-  LIMITADAS MÉTRICAS QUE FACILITEN LA TRAZABILIDAD EN LA GESTIÓN
-  GARANTÍA DE PANELES
-  ASESORÍA PERSONALIZADA
-  FINANCIAMIENTO



**Empresas Directas**

-  NORDEX SE
-  VIENTO DE ORO
-  AMGLOBAL (NUESTRA EMPRESA)



# VALUE INNOVATION CURVE






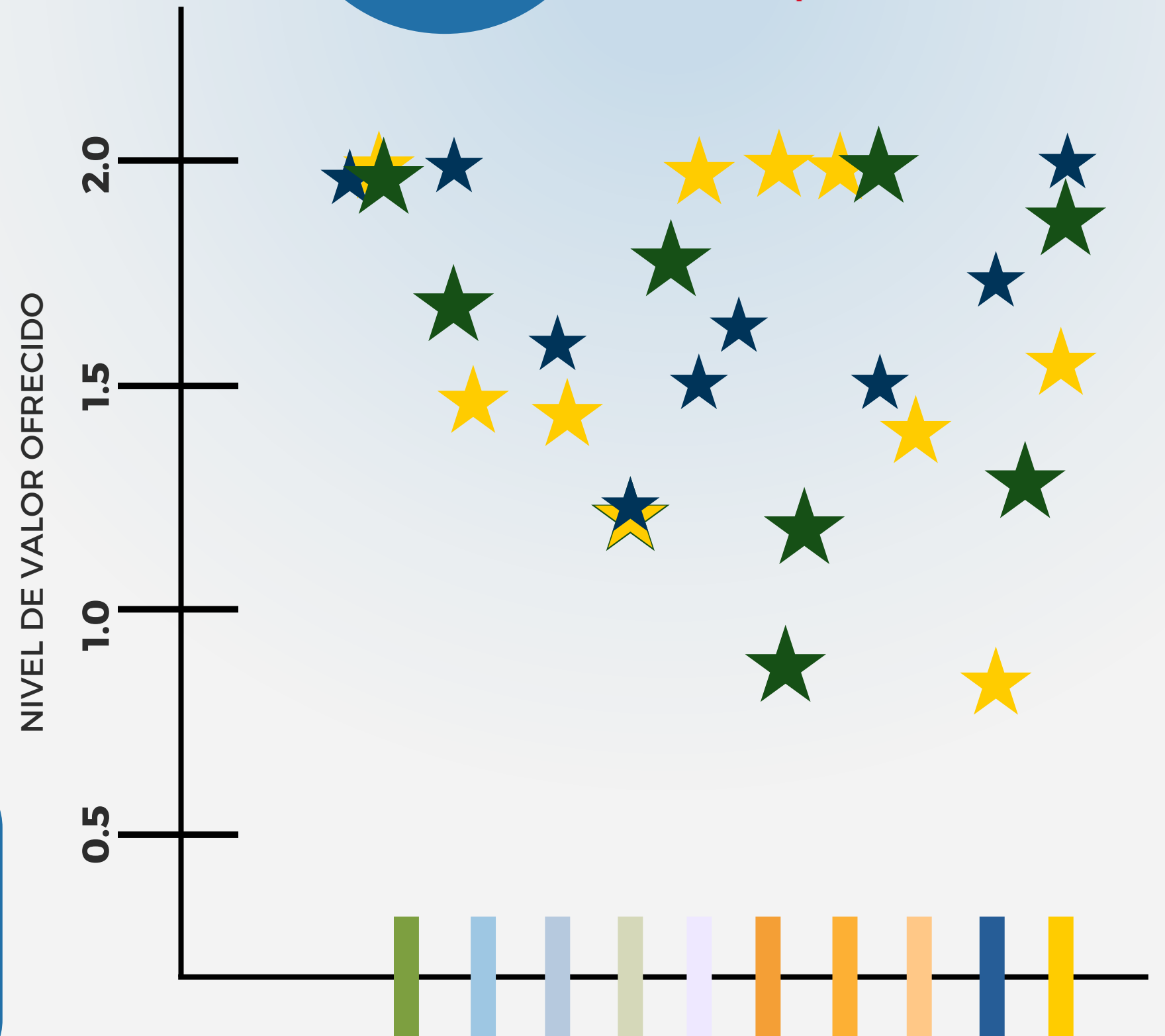
Universidad del  
**Rosario**

-  ALTOS COSTOS DE IMPORTACIÓN DE PANELES SOLARES
-  COMPLEJIDAD DE BUSQUEDA DE PROVEDORES
-  ALTO COSTO QUE SOPORTA LA TECNOLOGÍA
-  INCUMPLIMIENTO EN LOGÍSTICA
-  BAJO CONTROL DE PERSONAL
-  ALTA VOLATILIDAD DE PRECIOS EN EL MERCADO
-  LIMITADAS MÉTRICAS QUE FACILITEN LA TRAZABILIDAD EN LA GESTIÓN
-  GARANTÍA DE PANELES
-  ASESORÍA PERSONALIZADA
-  FINANCIAMIENTO

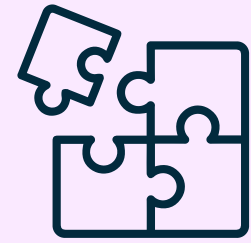


**Empresas Directas**

-  ENERGÍA EÓLICA
-  GENERADORES DIÉSEL
-  AMGLOBAL (NUESTRA EMPRESA)



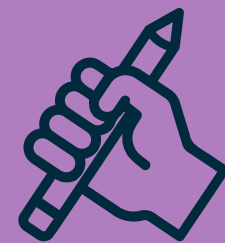
BAJO CONTROL DE PERSONAL



ALTA VOLATILIDAD DE  
PRECIOS EN EL MERCADO



LIMITADAS MÉTRICAS QUE  
FACILITEN LA TRAZABILIDAD  
EN LA GESTIÓN

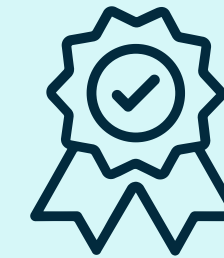


GARANTÍA DE PANELES



ASESORÍA PERSONALIZADA

**L  
I  
S  
T  
A  
D  
E  
P  
R  
O  
B  
L  
E  
M  
A  
S**



ALTOS COSTOS DE  
IMPORTACIÓN DE  
PANELES SOLARES



COMPLEJIDAD DE  
BUSQUEDA DE  
PROVEDORES



ALTO COSTO QUE  
SOPORTA LA  
TECNOLOGÍA



INCUMPLIMIENTO EN  
LOGÍSTICA

FINANCIAMIENTO

# CIERRE DE LA EMPRESA EN EL MERCADO



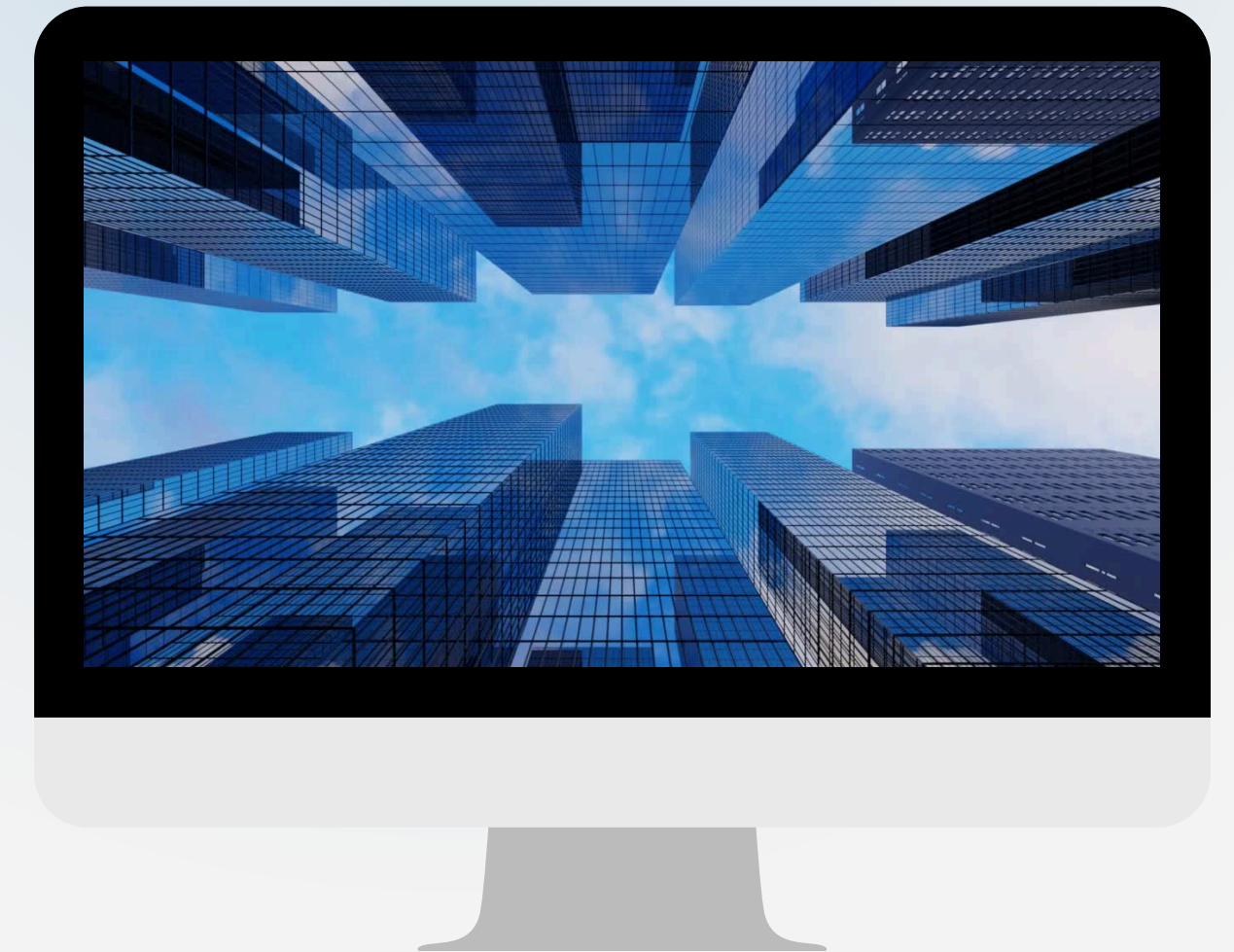
# RETO

**Leasing Solar:** Implementar un modelo de arrendamiento donde los clientes paguen por el uso del sistema sin necesidad de una inversión inicial alta.

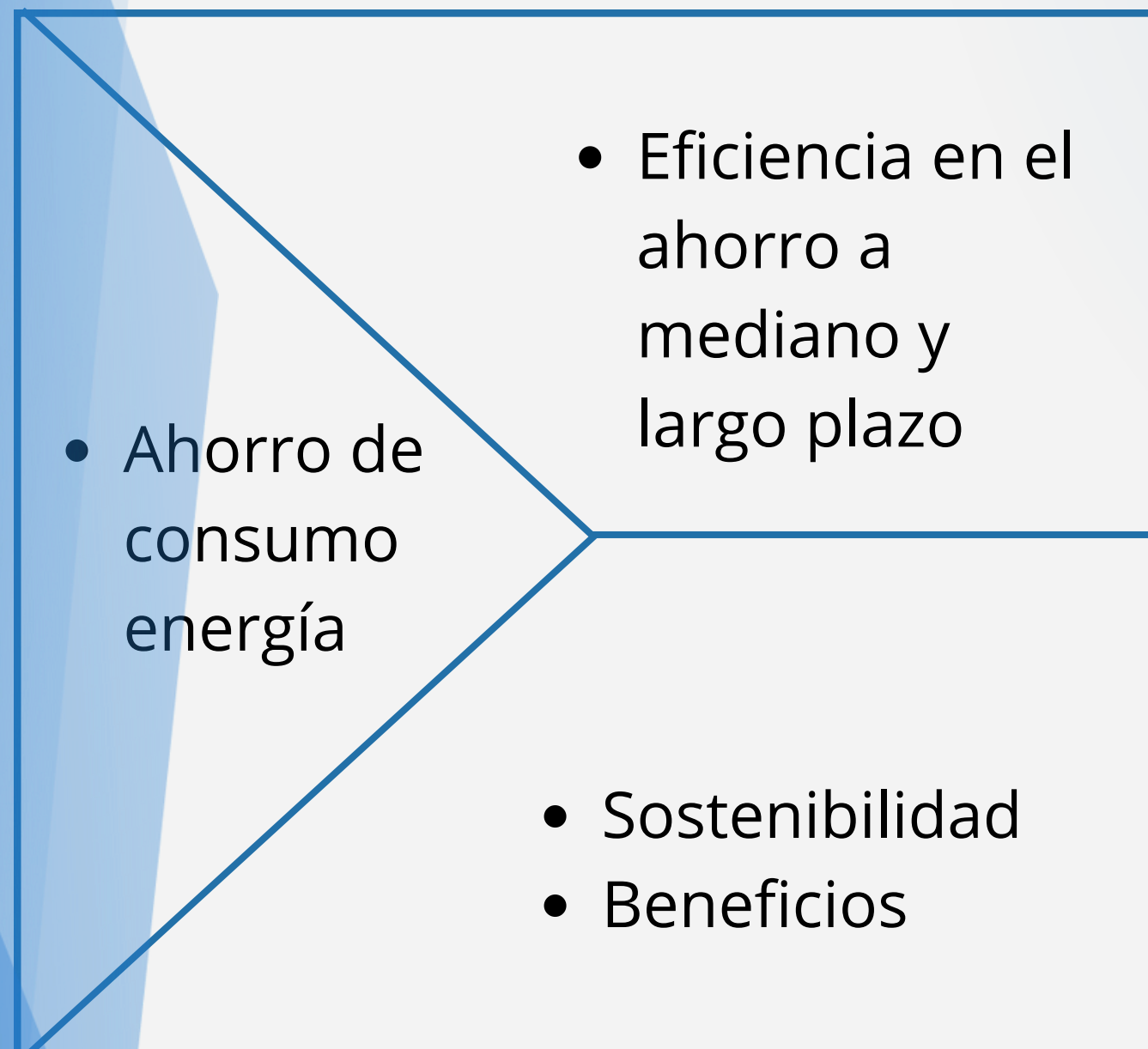
**Escalables:** Ofrecer soluciones que permitan a los usuarios comenzar con un sistema básico y ampliarlo con el tiempo según sus necesidades y presupuesto.

**Planes de Mantenimiento:** Ofrecer planes de mantenimiento accesibles que aseguren el funcionamiento eficiente de los sistemas a largo plazo.

**Testimonios y Casos de Éxito:** Compartir historias de éxito de usuarios que han instalado paneles solares, destacando los ahorros y beneficios obtenidos.



# LIENZO DE LA PROPUESTA DE VALOR



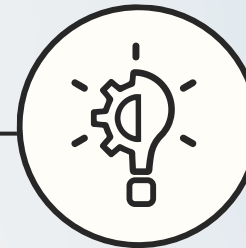
# PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS

¿Cuáles son los supuestos (preconcepciones-soluciones-ideas "a priori") que tenemos sobre el problema al que responde nuestra solución?



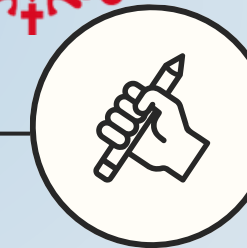
## HIPÓTESIS DE DESEABILIDAD CLIENTE REALMENTE LO QUIERE

- Nosotros creemos que las personas desean un valor de energía más económico
- Nosotros creemos que los usuarios desean incentivos por las compras de paneles solares que ellos realicen ( descuentos)
- Nosotros creemos que las personas están interesadas en paneles solares porque desean un aumento en el valor de sus propiedades.
- Nosotros creemos que los usuarios desean soluciones completas ( instalaciones, mantenimientos, asesorías, etc) en lugar de solo la compra de paneles.
- Nosotros creemos que las personas usan paneles solares porque desean un impacto ambiental positivo.



## HIPÓTESIS DE FACTIBILIDAD ESTAMOS EN LA CAPACIDAD Q LO REALIZAMOS COMO EQUIPO

- Nosotros creemos que somos capaces de brindar un buen servicio de asesoría personalizada que convenza a los clientes.
- Nosotros creemos que nuestro equipo técnico podrá atender rápidamente los problemas de nuestros compradores.
- Nosotros creemos que somos capaces de ofrecer una instalación rápida y profesional.
- Nosotros creemos que podemos garantizar la calidad de nuestros paneles solares.
- Nosotros creemos que somos capaces con la demanda sin comprometer la calidad de nuestros paneles.



## HIPÓTESIS DE VIABILIDAD VALE LA PENA HACERLO

- Nosotros creemos que el costo de los paneles solares y de instalación puede ser cubierto con márgenes de ganancia.
- Nosotros creemos que la demanda en el mercado de paneles solares seguirá en crecimiento
- Nosotros creemos que los clientes satisfechos nos recomendarán para traer nuevos clientes
- Nosotros creemos que la empresa podrá escalar sus operaciones y expandirse a otras partes sin perder su calidad.
- Nosotros creemos que los descuentos que ofrecemos no nos generará pérdidas.
- Nosotros creemos que nuestra capacidad para gestionar los costos de flujo de la venta, instalación y servicio postventa, nos hará mantener un buen flujo de caja.



AMGLOGAL

# PRIORIZACIÓN DE HIPÓTESIS



Universidad del  
**Rosario**

Nosotros creemos que somos capaces con la demanda sin comprometer la calidad de nuestros paneles.

**MUY  
IMPORTANTE**

**TENEMOS  
EVIDENCIA**

Nosotros creemos que el valor total del recibo de la luz disminuya

**NO TENEMOS  
EVIDENCIA**

Nosotros creemos que los clientes satisfechos nos recomendarán para traer nuevos clientes

**POCO  
IMPORTANTE**

Nosotros creemos que las personas desean una empresa que ofrezca un mantenimiento preventivo gratuito en su primer año.

# TARJETA DE EXPERIMENTACIÓN



## HIPÓTESIS

### ANÁLISIS CREATIVO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla accumsan nisl sit amet faucibus accumsan. Aliquam fringilla erat non est blandit.

#### Tipo de Hipótesis: Deseabilidad/ Factibilidad/Viabilidad

deseabilidad, nos enfocaremos en validar si los clientes realmente desean este tipo de oferta y si ven suficiente valor en ella para tomar la decisión de cambiar a energía solar.

#### ¿Qué pasaría si nuestra hipótesis se rechaza?

Si nuestra hipótesis se rechaza, significa que nuestra propuesta de valor, no es atractiva, así que, tendríamos que reevaluar nuestra oferta y hacer nas investigaciones de mercado para entender a nuestros clientes potenciales.

## SEGMENTO

¿Con cuál segmento de usuario lo validarás? ¿Por qué?

Con propietarios de hogares o conjuntos que buscan reducir sus costos de energía.

## CRITERIO DE ÉXITO

¿Cuál será el criterio de éxito? ¿Cómo sabrás que se validó o no la hipótesis?

Nuestro criterio del éxito sería que nuestra hipótesis se considerará válida y que al menos un 40% de los usuarios iniciales de nuestro segmento acepten la propuesta o que soliciten una cita personalizada para saber más acerca de su compra con los paneles solares.

## DISEÑO DEL EXPERIMENTO

Definir el público objetivo

Crear la oferta

Difusión de la oferta

Recopilar datos de usuarios interesados

Seguimiento del comportamiento del usuario

Evaluación de resultados

# PROTOTIPO



Universidad del  
**Rosario**



AMGLOBAL

<https://www.youtube.com/shorts/MB6YgDgQ6ko>

# TARJETA DE APRENDIZAJE



## NOSOTROS CREÍAMOS QUE...

Registrar la Hipótesis que querían probar con la interacción:

Los usuarios estarían dispuestos a cambiar su sistema de energía actual por uno de paneles solares para ahorrar en los costes de luz

## NOSOTROS OBSERVAMOS...

De acuerdo a nuestro quiz realizado, nosotros observamos que las personas comprarían los paneles solares, si se les explica cómo se recuperaría su inversión a través del ahorro del consumo de la energía tradicional.

## DE AHÍ APRENDIMOS QUE...

¿Cuáles fueron los principales hallazgos que nutren la ideación?

**Aprendizajes:** 1. Algunas personas se motivan a adquirir el producto cuando se les explica el tema del ahorro a futuro. 2. Algunas personas se cohiben por el alto costo de inversión. 3. Las personas pueden tener miedo a explorar nuevos tipos de energía diferente a la tradicional. **Hallazgos:** 1. Las personas entre 30 y 45 años están más motivadas en invertir en nuevas tecnologías porque comprenden con mayor facilidad el impacto ambiental y los nuevos usos de tecnologías. 2. Población que está incentivada con el impacto ambiental prefieren aprovechar los recursos naturales ( SOL) y por eso hacen esta inversión. 3. Las personas están cada vez más interesadas en soluciones sostenibles, pero muchas no saben que existen incentivos económicos para la instalación de paneles solares.

## POR LO TANTO, VAMOS A...

**Resaltar el ahorro a largo plazo:** Crear videos que expliquen claramente el ahorro en las facturas de energía a lo largo del tiempo y cómo los paneles solares los puede ayudar a economizar en el costo de su factura eléctrica.

**Ofrecer opciones de financiamiento:** Desarrollar planes de pago accesibles o a bajo interés para hacer que la inversión inicial sea más manejable para los clientes que no compren los paneles por el costo.

**Capacitar y educar sobre nuevas tecnologías:** Realizar talleres en los condominios o live en instagram para desmitificar el miedo al cambio y explicar de forma clara los beneficios que tiene usar paneles solares.

**Segmentar y personalizar la comunicación:** Enfocar los esfuerzos de marketing en el grupo de 30 a 45 años, para que resalte aún más su interés por la sostenibilidad y la tecnología.

**Difundir información sobre incentivos:** Informar a través de nuestras redes y página web los incentivos económicos y naturales de la instalación de paneles solares.

# CANALES DE COMUNICACIÓN



- Se usa para atraer a un público joven, que suele estar más interesado en la sostenibilidad y la tecnología.
- A través de las historias y mensajes se puede tener una comunicación más ágil y efectiva con los clientes.



- Facebook tiene una base de usuarios diversa en cuanto a edad y perfil, lo que facilita llegar a diferentes tipos de audiencia. Debido a su diversa base de datos, podemos llegar a diferentes tipos de audiencia.
- Nos permite crear grupos o comunidades donde los clientes pueden interactuar, compartir experiencias y recibir asesoría acerca de nuestros paneles solares.

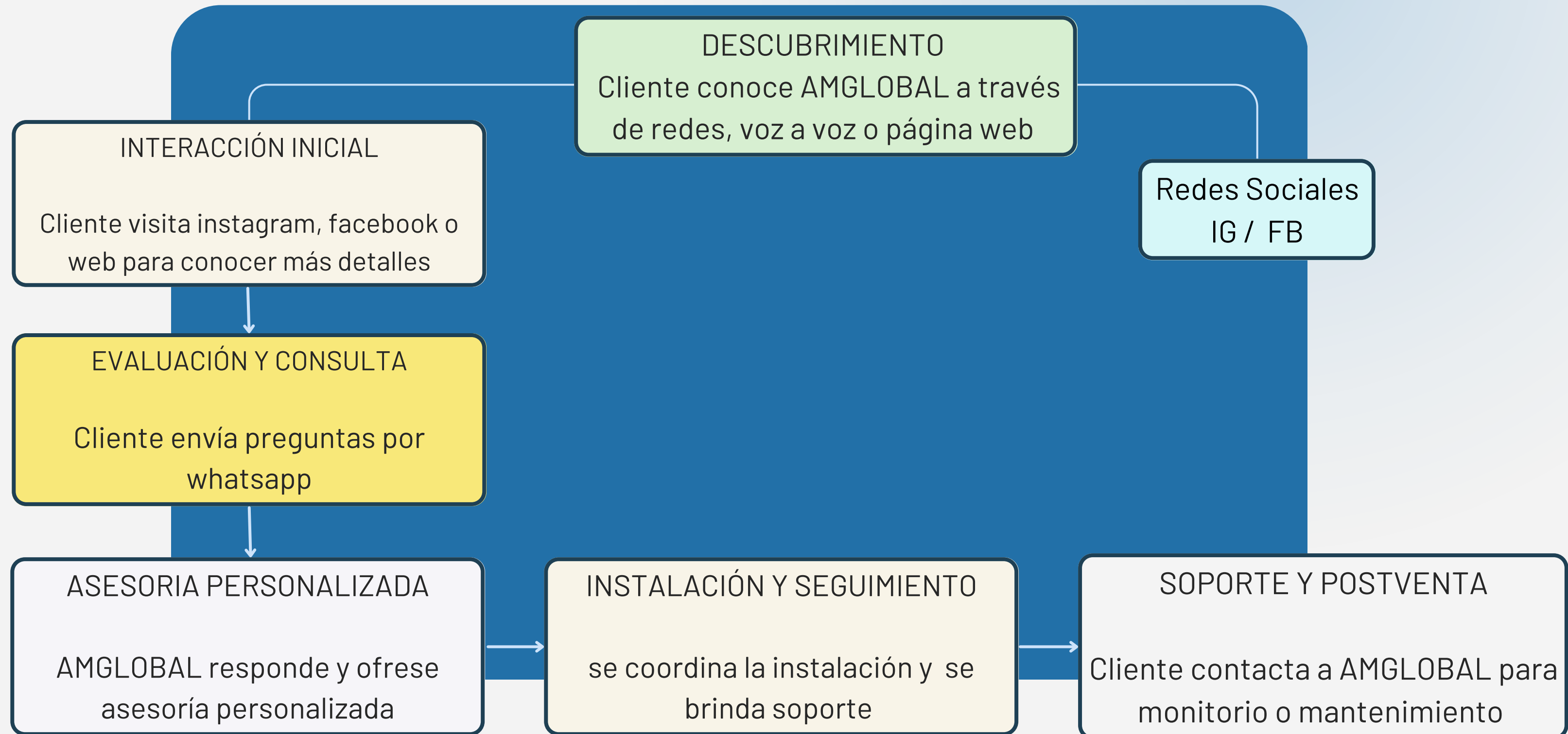


- Con WhatsApp, podemos brindar una atención más rápida y personalizada.
- La mayoría de los usuarios cuentan con esta aplicación, lo que hace que la comunicación sea muy accesible.



- La página web brinda un espacio formal generando confianza donde los clientes pueden conocer en profundidad la misión, visión y productos de la empresa.
  - Pueden obtener un servicio personalizado dependiendo al área que desee manejar.

# MAPA DE ATENCIÓN AL CLIENTE



# TRABAJOS DEL CLIENTE



## TRABAJOS FUNCIONALES:

LA EMPRESA AMGLOBAL OFRECE SOLUCIONES PRÁCTICAS Y EFICIENTES PARA SATISFACER NECESIDADES ENERGÉTICAS QUE DE CIERTA MANERA IMPACTAN DE FORMA DIRECTA NO SOLO EN LA PARTE ECONÓMICA, SINO TAMBIÉN, EN LA SOSTENIBILIDAD DE SUS CLIENTES.

### AHORRADOR

Personas que buscan una alternativa económica para los costos de energía y están motivados a reducir sus gastos de servicios públicos.

### AMBIENTALISTA

Una persona que está consciente de los problemas ambientales y busca los paneles solares para reducir el impacto ambiental.

### ESTABILIDAD ENERGÉTICA

Personas cansadas de sufrir apagones frecuentes que puedan interrumpir no solo su trabajo, sino también pérdida de producto alimenticios.

El cliente se ve a sí mismo beneficiado de un producto que cumple con sus necesidades (ahorrativas, ambientalistas y sostenibles)

# FRUSTRACIONES

## FUNCIONALES:



El rendimiento de la energía para cubrir la demanda del suministro en días nublados.

El cliente no cuenta con el espacio requerido para la instalación de los paneles solares debido al diseño del inmueble.

Dificultad para la Integración de los paneles solares con el sistema eléctrico existente con relación a la instalación interna sin necesidad que de trabajos complejos.

Inquietud de la vida útil y mantenimiento continuo de los paneles debido a las condiciones climáticas variables.

# FRUSTRACIONES

## OBSTACULOS:

Costos elevados en la inversión inicial que representa una barrera ya que puede generar una percepción de riesgo en la recuperación de la inversión.

Inexistencia de planes de financiamiento para asumir los costos de instalación.

Temor de que los tiempos de instalación sean demorados por temas de permisos o trámites complejos.

Desconocimiento en el uso de energías limpias para reducir la dependencia de energía tradicional.



## RIESGOS:

Desconocimiento sobre los alcances de la garantía y soporte cuando se requiera mantenimiento.

Temor de que la tecnología rápidamente se vuelva obsoleta y que se pierda la inversión.

# ALEGRÍAS



## NECESARIAS:

Inexistencia de interrupciones en el suministro de energía lo cual proporciona confiabilidad en el uso del sistema.

Tener la seguridad que en caso de falla en el sistema AMGLOBAL pueda tramitar las garantías correspondientes.

Se resuelven problemas técnicos rápidamente cuando el sistema requiere ajustes o mantenimientos.



## ESPERADAS:

Los clientes esperan que el proceso de instalación fluya sin complicaciones.

El ahorro aumenta de forma progresiva a medida que el sistema se mantiene en operación.

El sistema sea integrado al inmueble de forma discreta que no afecte la apariencia de este.

# ALEGRÍAS

## DESEADAS:

El cliente ve reflejada la reducción del costo en el valor de su factura de electricidad mensual justificando su inversión inicial.

Contribución al medio ambiente con la reducción de la huella de carbono.

Tranquilidad y autonomía debido a la estabilidad en la energía eléctrica por tener una fuente propia.

El cliente podría recibir beneficios fiscales inesperados el cual puede reducir el costo de inversión del sistema de paneles solares.



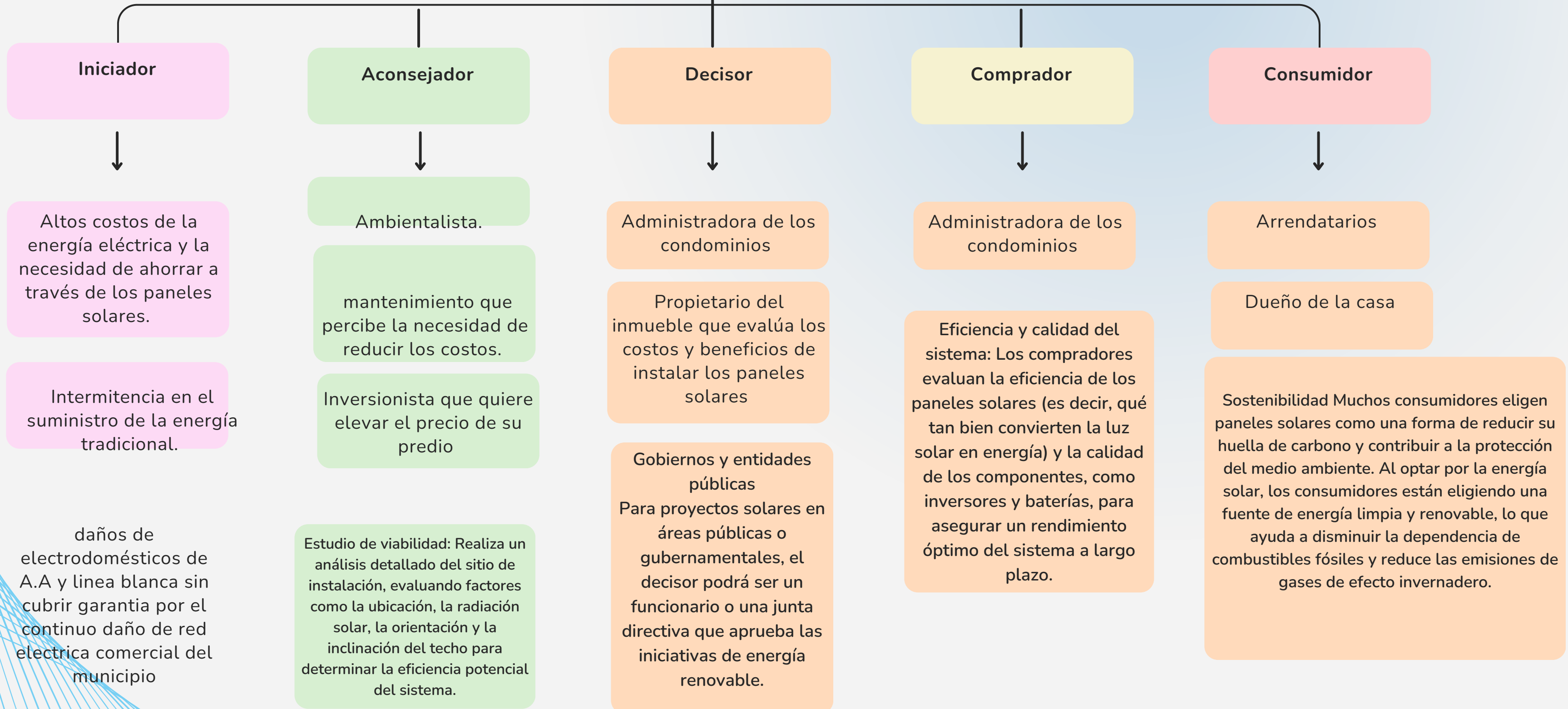
Universidad del  
**Rosario**

## INESPERADAS:

Aumento del valor de la propiedad haciéndola más atractiva para el mercado.

Al realizar un monitoreo del consumo el cliente puede ver en tiempo real el uso de la energía.

## ROLES DE COMPRA



# GESTIÓN DE PLATAFORMAS



## Múltiples plataformas digitales:

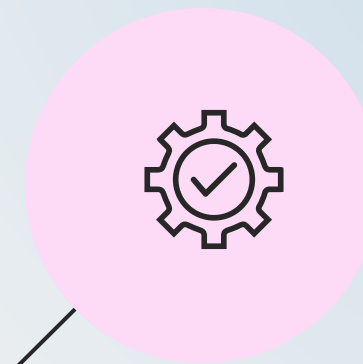
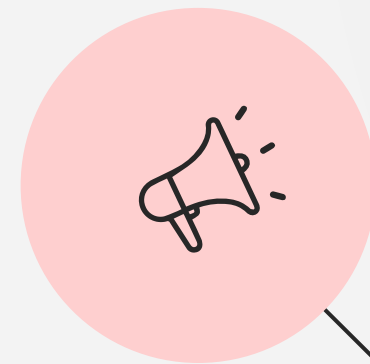
AMGLOBAL cuenta con página web, y redes sociales como: Facebook e Instagram, lo que permite captar la atención de clientes que buscan información sobre energía solar, ahí pueden comparar los diferentes precios que se ofrecen.

## Consultoría y Ventas Presenciales

A través de una red de asesores o de referencias, AMGLOBAL brinda asesoría directa y personalizada, para que se facilite la toma de decisiones para clientes potenciales.

## Atención al Cliente y Soporte Técnico

Los clientes pueden comunicarse con AMGLOBAL a través de chat en el sitio web, llamadas telefónicas, correo electrónico y redes sociales, lo que permite que sus clientes puedan resolver sus inquietudes de manera más fácil.



## Capacitación y Educación al Cliente

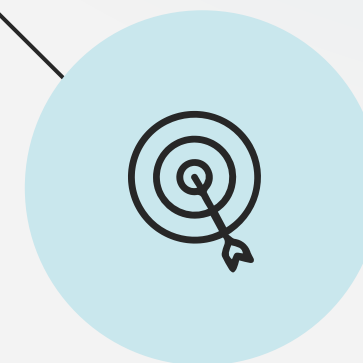
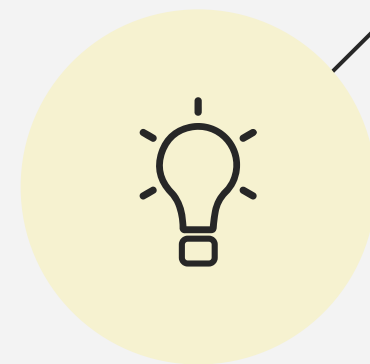
AMGLOBAL suele utilizar sus plataformas para capacitar a los clientes en cuanto al mantenimiento del sistema de paneles solares, uso eficiente de la energía solar y las ventajas del uso de sus productos.

## Programas de Lealtad

AMGLOBAL usa campañas en el correo electrónico para informar a los clientes sobre sus nuevos productos y combos sorpresas. Así mismo, usa recompensa con los clientes que recomiendan más personas para adquirir sus paneles solares.

## ¿Por que no se usa la omnicanalidad?

No se usa la omnicanalidad en AMGLOBAL por: + Su alta inversión inicial + Capacidades limitadas: Los recursos y personal de AMGLOBAL aún no están preparados para este modelo.



ACTUALMENTE LA EMPRESA AMGLOBAL UTILIZA UN MODELO DE MULTICANALIDAD DEBIDO A SU TAMAÑO, HACIENDO USO DIVERSOS CANALES PARA OFRECER LOS PANELES SOLARES Y SUS SERVICIOS.

# MODELOS DE ATENCIÓN



## Reactivo

Se responde a las solicitudes de los clientes de manera inmediata: Los trabajadores responden a las dudas técnicas sobre paneles solares, de igual modo, brinda información de los precios de los paneles solicitados por los clientes.

## Colaborativo

El equipo técnico de AMGLOBAL trabaja en conjunto con el cliente, para personalizar la instalación de los paneles o el mantenimiento de ellos.

## Mediado por tecnologías

Se hace uso de CRM para gestionar clientes o WhatsApp Business para atender consultas rápidas.

## Proactivo

AMGLOBAL a la hora de vender los paneles solares, le brinda información a los clientes sobre los beneficios fiscales y lo que puede economizar en electricidad antes de que el cliente lo pregunte.

## Presencial

AMGLOBAL siempre realiza una visita técnica para evaluar las instalaciones de los paneles solares.

## ¿Por qué se hace uso de estos modelos de atención?

AMGLOBAL usa estos modelos de atención para adaptarse a los diferentes retos que se puedan llegar a presentar, de igual modo, también para ofrecerle a los clientes una experiencia más integral.

# NIVELES DE SOPORTE

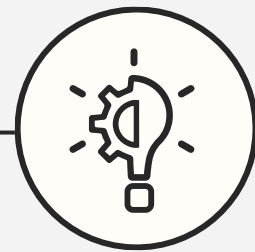


## NIVEL 1

**Responsable:** Agente de atención.

**Alcances:**

- Recibir y clasificar todas las PQR
- Proveer respuestas rápidas para consultas comunes o de baja complejidad.
- Resolver problemas sencillos que no requieran intervención técnica.
- Registrar y documentar todas las interacciones en el sistema CRM para mantener un historial completo y detallado de cada cliente.

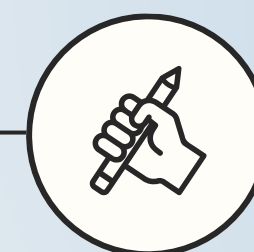


## NIVEL 2

**Responsable:** Técnico especializado.

**Alcances:**

- Evaluar problemas técnicos detallados o complejos que no se pudieron resolver en el primer nivel.
- Coordinar y programar visitas técnicas o mantenimiento en el sitio del cliente si es necesario.
- Proporcionar seguimiento técnico en temas que requieren investigación adicional o ajuste de componentes del sistema.



## NIVEL 3

**Responsable:** Gerente de atención al cliente.

- Alcances:**
- Manejar casos que no pudieron resolverse en el segundo nivel, como quejas formales o reclamos que requieren compensación.
  - Tomar decisiones sobre el reemplazo de equipos, extensión de garantías o incluso ofrecer compensaciones o descuentos.
  - Supervisar la finalización del caso y asegurar que el cliente esté satisfecho con la resolución ofrecida, realizando un seguimiento proactivo en un plazo de tiempo definido.



## NIVEL 4 Y 5.

**Responsable:** Tecnólogo y/o profesional operativo.

- Alcances:**
- Identificación y análisis de problemas técnicos complejos o intermitentes que no pudieron diagnosticarse de forma remota.
  - Evaluación de daños externos (climáticos, desgaste físico) que podrían afectar el rendimiento de los paneles.
  - Realización de reparaciones de componentes menores en sitio y pruebas de funcionamiento post-reparación.
  - Reemplazo de piezas, como inversores, cables dañados o paneles defectuosos, bajo los términos de la garantía y autorización previa.

## 01. Acceso al Formulario digital

El cliente ingresa a la página web de AMGLOBAL o accede a la aplicación móvil (si está disponible) y selecciona la opción "PQRS" en el menú de servicio al cliente.

## 02. Identificación del cliente

Se solicita al cliente que ingrese sus datos personales, como nombre, número de identificación, número de contacto, correo electrónico, y el código o número de contrato (si aplica). Estos datos permiten la verificación y vinculación de la PQRS con el historial del cliente.

## 03. Selección de tipología de PQRS

El cliente selecciona una de las cuatro tipologías (Petición, Queja, Reclamo o Sugerencia) según la naturaleza de su solicitud. Cada opción está explicada en el formulario para que el cliente elija correctamente.

## 04. Descripción detallada del caso

El cliente describe su caso, detallando la situación o el motivo de su solicitud. Pueden agregarse archivos adjuntos (como fotos, videos o documentos) que respalden la información presentada, especialmente en casos de quejas o reclamos.

## 05. Confirmación de radicación

Una vez completado el formulario, el cliente recibe un número de radicación y un correo de confirmación con los detalles de su solicitud. Este número permite al cliente hacer un seguimiento del caso y verificar el estado de la PQRS en el sistema.



## 06. Seguimiento del estado

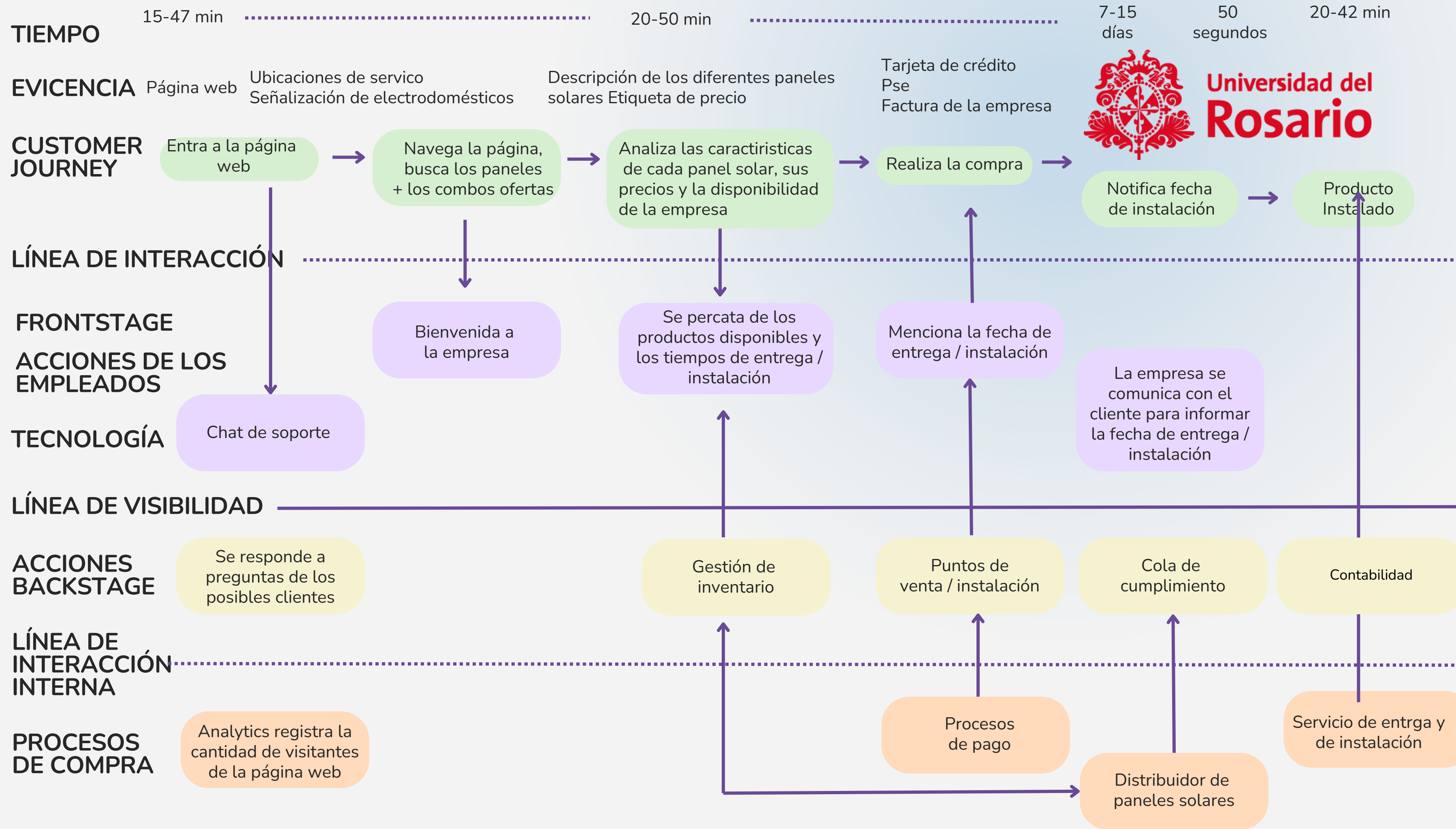
La plataforma le ofrece al cliente la opción de seguimiento en tiempo real, donde puede ver el estado de su solicitud (en revisión, en proceso, resuelto). Además, recibe notificaciones automáticas por correo electrónico o mensaje de texto cada vez que hay un cambio en el estado de su PQRS.

## 07. Envío de la notificación de respuesta al cliente

Se realiza el envío de la respuesta al cliente de acuerdo al medio solicitado por el mismo para tal fin, estas podrían ser:

- **Correo Electrónico:** Si el cliente seleccionó esta opción, la respuesta se envía al correo registrado, con el asunto "Respuesta a su solicitud PQRS [Número de Radicado]". La notificación incluye el cuerpo de la respuesta, y si es necesario, documentos adjuntos o enlaces a formularios adicionales.
- **Mensaje de Texto (SMS):** En casos de resolución rápida o para notificaciones de confirmación, el cliente recibe un mensaje con una breve descripción de la respuesta y un enlace para ver los detalles en el portal de AMGLOBAL.

SERVICIO CLIENTE



# METRICAS DE SERVICIO



## csat

Qué tan satisfecho está con la información proporcionada sobre los paneles solares

Proceso: Evaluar la claridad y utilidad de la información proporcionada, como características del producto, precios, opciones y beneficios.

Qué tan satisfecho está con la información proporcionada sobre los paneles solares

## CES

Qué tan fácil le resultó encontrar la información que buscaba sobre nuestros paneles solares?

encontraste que fue difícil navegar por el sitio web, o si no te ofrecieron suficiente información de manera clara, es un indicio de que el proceso de exploración podría ser más fluido.

## NPS

Después de haber usado los paneles solares durante un tiempo (por ejemplo, en el primer mes).

Proceso: El NPS se mide para evaluar tu satisfacción con el rendimiento de los paneles solares, si cumplen con lo prometido en cuanto a ahorro energético y eficiencia.

Pregunta de NPS

En una escala del 0 a 10 , ¿Qué tan probable es que recomiende nuestra empresa a un amigo o familiar, basándose en el rendimiento de su sistema solar hasta ahora

2. Estructurar las encuestas respectivas por métrica y aplicar la encuesta de NPS a 10 clientes para calcular el NS actual.

### Métricas de relación con los clientes

<b>Encuestas</b>	<b>10</b>				
	<b>¿Qué tan satisfecho estás con el servicio que acabas de recibir?</b>				
	Totalmente insatisfecho				Totalmente satisfecho
	1	2	3	4	5
<b>Respuestas</b>	0	0	2	3	5
<b>CSAT</b>	<b>80%</b>				

¿Qué tan satisfecho está con la información proporcionada sobre los paneles solares? se realizan la pregunta para 10 personas que desean implementar este sistema.



### Métrica CES

**Encuestas** 10

**¿Qué tan difícil fue comprar el producto en nuestra página web?**

Extremadamente difícil	Muy difícil	Difícil	Aceptable	Media	Fácil	Extremadamente fácil
1	2	3	4	5	6	7

<b>Respuestas</b>	0	0	0	0	1	4	5
-------------------	---	---	---	---	---	---	---

	64
--	----

<b>CES general</b>	6,4
--------------------	-----

<b>CES Menor</b>	100%
------------------	------

<b>CES Menor</b>	0%
------------------	----

¿Qué tan fácil le resultó encontrar la información que buscaba sobre nuestros paneles solares? Que fue difícil navegar por el sitio web, o si no te ofrecieron suficiente información de manera clara, es un indicio de que el proceso de exploración podría ser más fluido.

## Métrica NPS

<b>Encuestas</b>	<b>10</b>										
	<b>¿Qué tan difícil fue comprar el producto en nuestra página web?</b>										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Respuestas</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	6
<b>NPS</b>	<b>80%</b>										
	Entre 75% y 100%	Excelente									
	Entre 50% y 74%	Muy bien									
	Entre 0% y 49%	Razonable									
	Entre -100% y -1%	Malo									

En una escala del 0 al 10, ¿qué tan probable es que recomiende nuestra empresa a un amigo o familiar, basándose en el rendimiento de su sistema solar hasta ahora porque medir El rendimiento inicial de los paneles solares es un factor determinante. Si estás viendo los ahorros y beneficios prometidos,

# ENCUESTA DE VALORACIÓN VISUAL ( ESTRELLAS)



¿Como considera que fue el proceso de instalación?



¿Está satisfecho con la apariencia y diseño de los paneles solares que adquiriste?



Cuando el instalador termine de poner los paneles solares y verifique que esté todo en funcionamiento, le entregará al cliente una tablet que le mostrará la encuesta de estrellas, esto garantiza tener los resultados de manera inmediata.

Los resultados de cada encuesta serán automáticamente subidos en la página web en la sección de Satisfacción al usuario, pues al tenerlo visible en la página web, le asegura confianza y profesionalismo a las personas para comprar los paneles solares en AMGLOBAL.

Así mismo, este tipo de encuesta le genera al usuario:

**Facilidad:** Los clientes pueden completar la encuesta de manera rápida, lo que le aumenta a la empresa la probabilidad de participación.

**Visualmente es atractiva:** La encuesta se ve más agradable y moderna para el cliente.

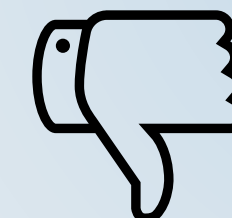
**Facilidad de interpretación:** Son más fáciles de analizar.

**Confianza y Transparencia:** La empresa al tener los resultados de sus productos en la página web, hace que los clientes sientan la calidad de los paneles solares de la empresa.

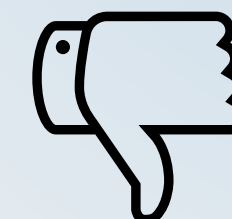
# ENCUESTA DE VALORACIÓN VISUAL (APROBACIÓN)



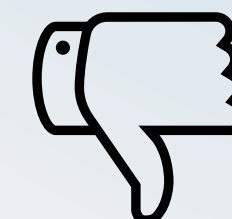
¿Como considera que fue el proceso de instalación?



¿Se cumplió con las expectativas en calidad y servicio?



¿Recomendarías a AMGLOBAL a tus amigos o familiares?



Se usará este tipo de encuesta antes de proceder el pago del respectivo panel solar que eligió el cliente.

Antes que el usuario realice el pago, se le mostrará la encuesta de aprobación, esto es para asegurar que la encuesta sea realizada.

Este tipo de encuesta le da varias ventajas a AMGLOBAL como:

**Rapidez:** Solo se requiere una decisión

**Claridad:** Son fáciles de analizar

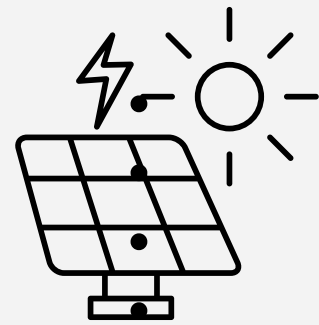
# ASESOR / AUTOSERVICIO



**la empresa tiene planeado contratar 5 personas encargadas de la atención posventa.**

Gestión de tickets: Es una métrica que nos puede ayudar de forma rápida en el desempeño de los asesores que quedarán a cargo de la atención al cliente, pues permite organizar y analizar las interacciones con los clientes.

Para problemas relacionados con información de compra de paneles solares junto a su instalación se tiene:



Tiempo de primera respuesta ( FRT): 5 minutos.

Tiempo promedio de respuesta: 10 minutos.

Resolución en primer contacto (FCR): 70%-100%.

Tiempo de resolución: dependiendo del tipo de problema se tiene un estimado de 5 a 15 minutos.

**Tiempo de atención (AHT):** Pese a que el tiempo estimado de resolución es de 5 a 15 minutos, el tiempo máximo en que un agente se puede dedicar a trabajar en una sola interacción de soporte es de 20 minutos.

**el autoservicio lo realiza a través de la aplicación de su celular lo cual le indica el nivel de carga de batería y cuanto tiempo de durabilidad**

**autoservicio es el sistema que cambia la energía eléctrica comercial a sistema de reserva fotovoltaico de manera automática sin necesidad de intercambiar el breaker eso se realiza a través de un relé**



# AUTOMATIZACIÓN DE LA ATENCIÓN



Solaris, es un aliado clave como herramienta estratégica que ofrece múltiples ventajas tanto para la empresa como para sus clientes, el cual permite mejorar la atención al cliente, optimizar las operaciones y fortalecer la competitividad de AMGLOBAL en un mercado en constante evolución.

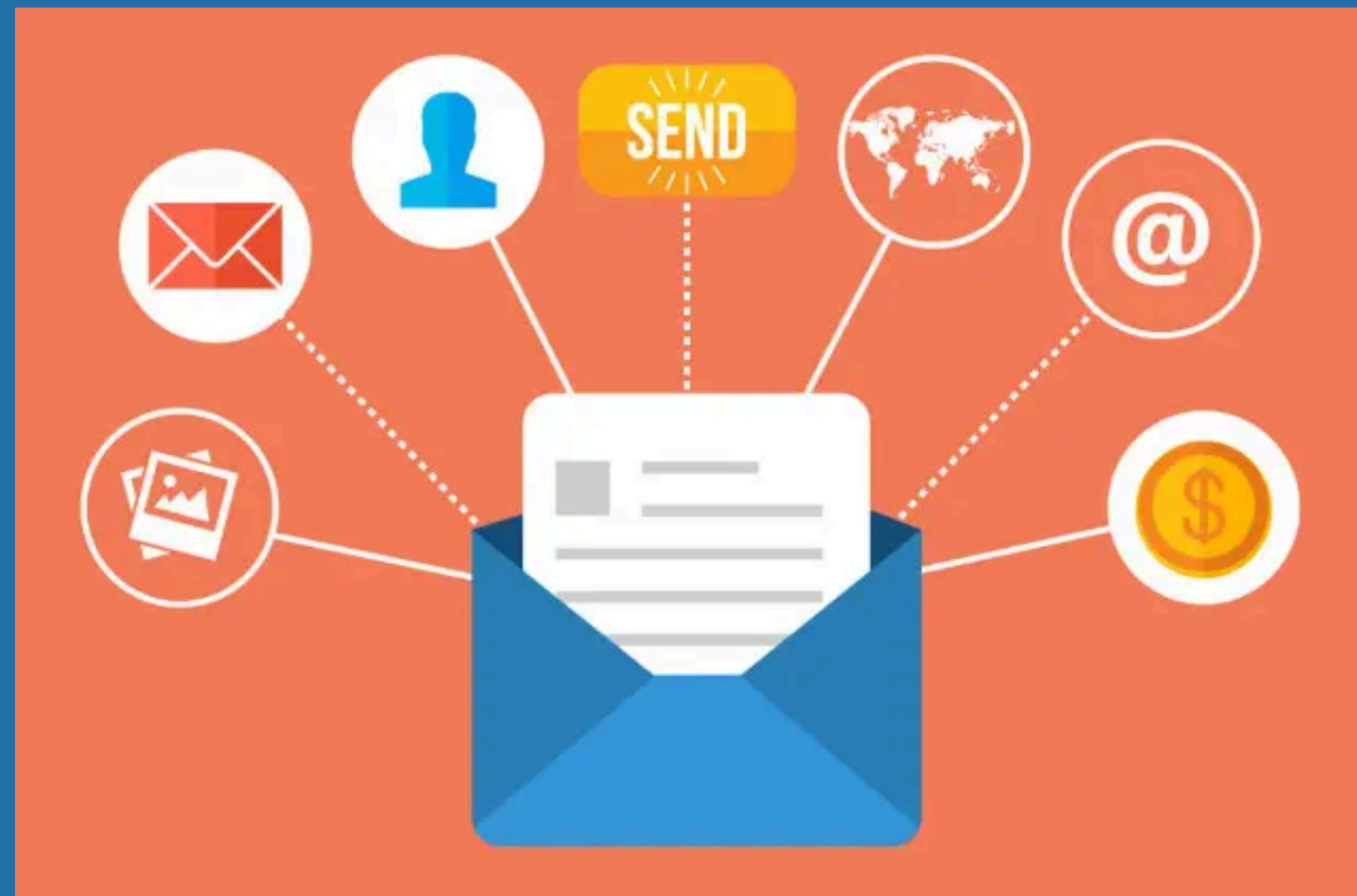


**¡Estoy aquí para ayudarte!**

Chatbot:

[DAR CLICK](#)

# CORREO ELECTRÓNICO AUTOMATIZADO



Garantiza una comunicación eficaz generando una impresión positiva con el cliente desde el primer contacto que combinando eficiencia, personalización y profesionalismo, ayudando a AMGLOBAL a captar, retener y educar a sus clientes de manera efectiva.

Mailbot:

[DAR CLICK](#)

# PREGUNTAS FRECUENTES



Universidad del  
**Rosario**



## ¿Qué servicios ofrecemos ?

Brindamos soluciones completas en energía solar, que incluyen la venta e instalación de paneles solares, así como soporte técnico y mantenimiento continuo.

01



## ¿Qué incluye el proceso de compra?

Ofrecemos un servicio completo que abarca desde el asesoramiento especializado y el análisis de tus necesidades energéticas, hasta la elaboración de una propuesta a medida, la instalación realizada por profesionales y el soporte postventa para asegurar tu satisfacción a largo plazo.

04



## ¿Cuáles son las ventajas de los paneles solares?

Los paneles solares reducen costos eléctricos aprovechando energía limpia y renovable del sol, contribuyen al medio ambiente al disminuir emisiones contaminantes y aumentan la independencia energética con un suministro estable y sostenible.

02



## ¿Cuánto tiempo toma el proceso de compra e instalación?

El proceso de compra tiene una duración aproximada de 30 minutos. En cuanto a la instalación, el tiempo requerido puede variar en función del tamaño del sistema. Para un sistema que incluye 9 dispositivos, se estima un plazo de instalación de aproximadamente 6 días.

05



## ¿Dónde puedo solicitar una cotización?

Puedes contactarnos a través de nuestro sitio web, correo electrónico o por nuestras redes sociales para recibir asesoramiento personalizado.

03



## ¿Qué debo tener en cuenta para la instalación de paneles solares?

Para instalar paneles solares, se requiere un espacio adecuado con buena exposición al sol. Nuestro equipo evaluará las condiciones del sitio previamente. El mantenimiento debe hacerse cada seis meses, considerando también factores climáticos que puedan afectar el rendimiento.

06

# PLAN DE FIDELIZACIÓN



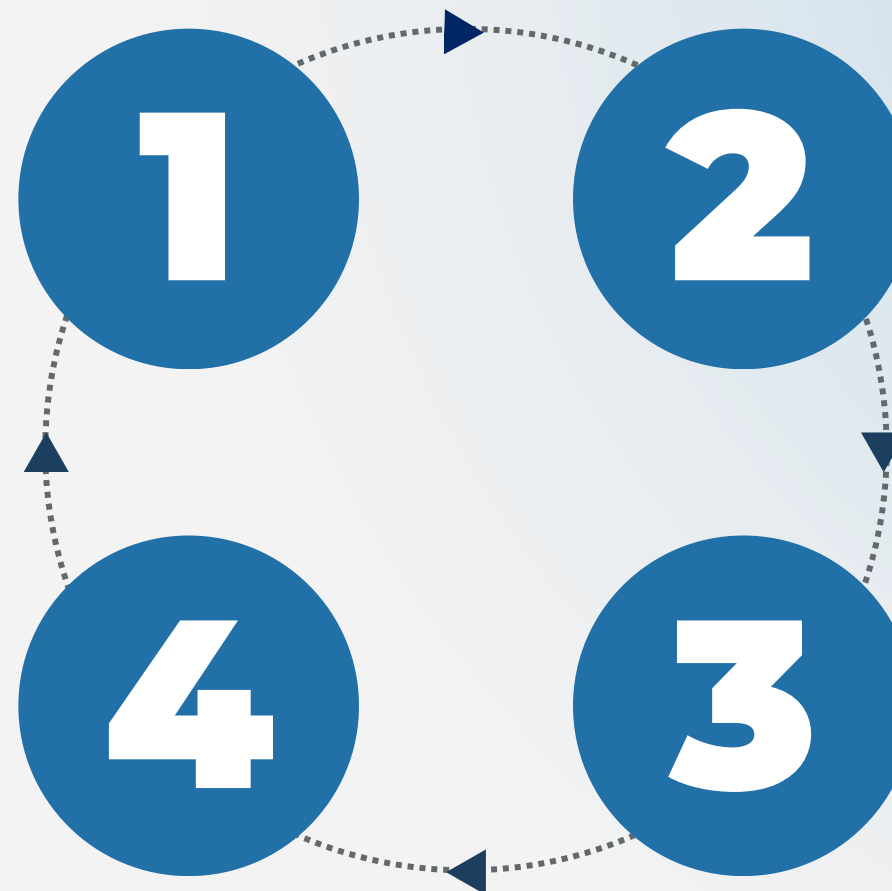
## Propuesta

Nuestro Programa de Referidos AMGLOBAL está diseñado para premiar la lealtad de nuestros clientes y ampliar nuestra comunidad comprometida con la energía solar sostenible. Este programa no solo recompensa a quienes confían en nosotros, sino que también facilita que más personas se unan al movimiento por un futuro más limpio y eficiente.



## ¿Cómo funciona?

1. Comparte tu recomendación:
  - Los clientes registrados reciben un código único que pueden compartir con amigos, familiares o empresas interesadas en instalar paneles solares.
2. Gana beneficios:
  - Cuando el referido concreta la instalación, ambos reciben recompensas según el siguiente esquema:



## Beneficios para el referente

- Primer referido: 10% de descuento en tu próximo servicio de mantenimiento.
- Segundo referido: 15% de descuento en tu próximo servicio de mantenimiento.
- Tercer referido: 20% de descuento en tu próximo servicio de mantenimiento.
- Además, al superar los tres referidos, los clientes entran a un programa VIP con beneficios adicionales (como mantenimientos prioritarios o asesorías personalizadas).

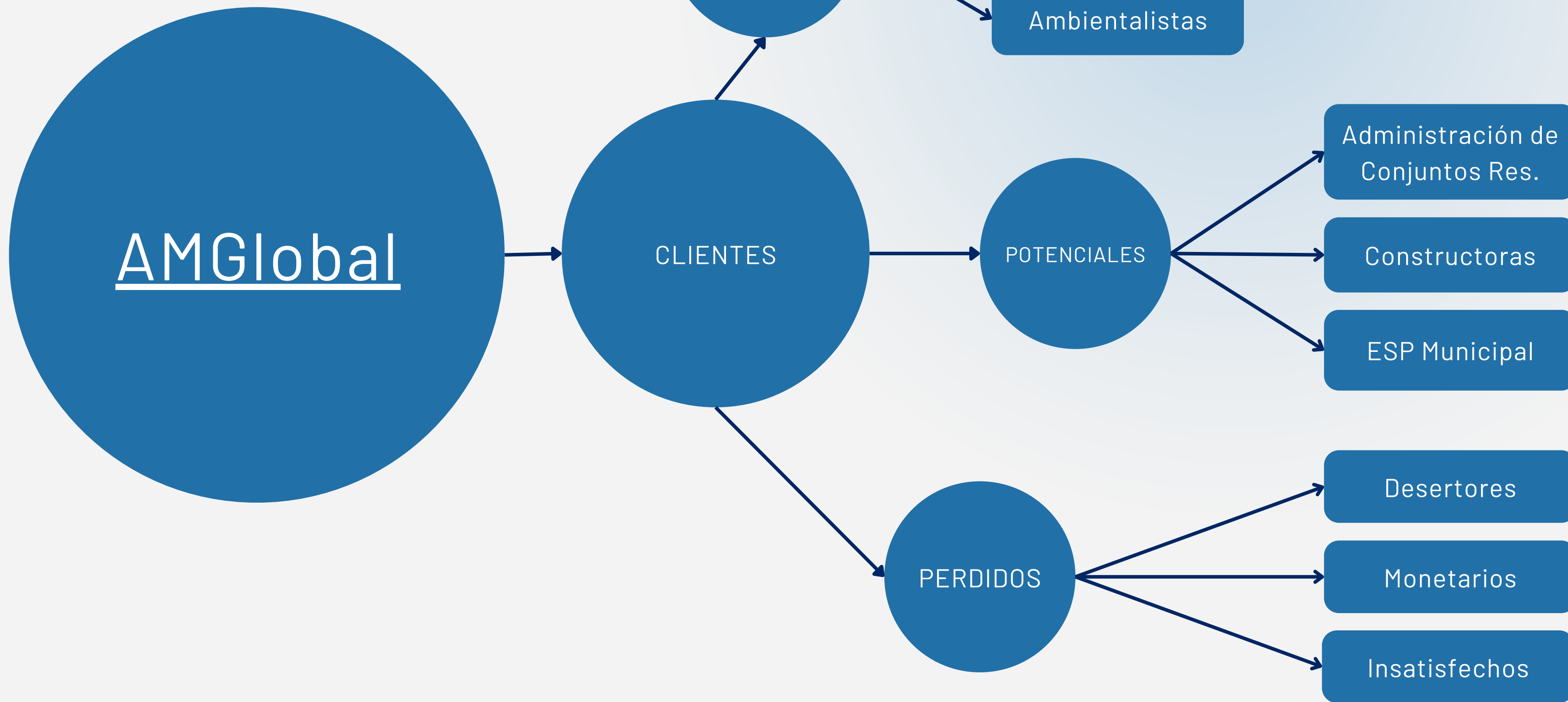


## Beneficios para el referido

- Descuento inicial exclusivo en su instalación de paneles solares.
- Acceso a promociones especiales y servicios personalizados durante el primer año.



# PULPO DE SEGMENTOS



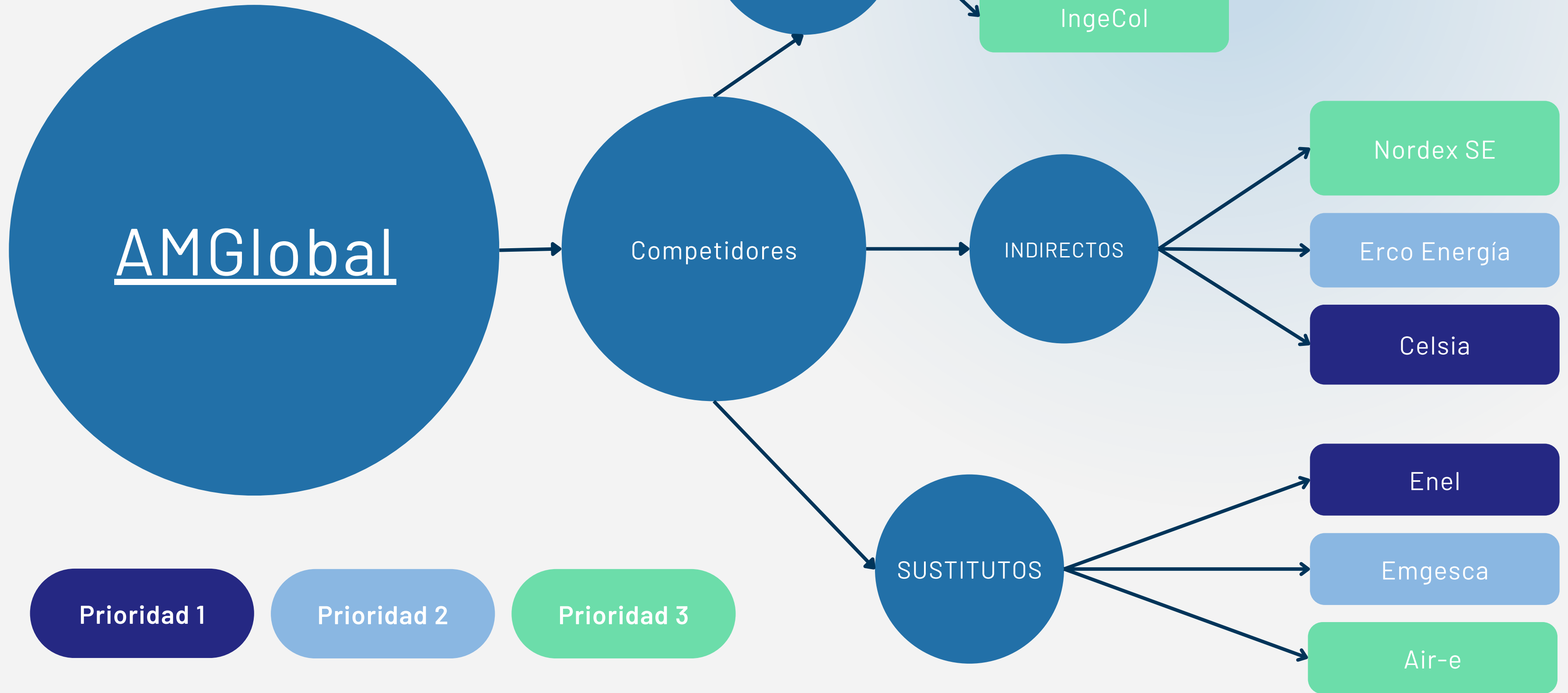
## INSIGHTS

1. Que los productos de la nevera se pierdan porque se fue la luz.
2. Pueden robar la casa por falta de luz.
3. Los electrodomesticos se pueden dañar por los picos altos de voltaje.
4. Consumo elevado en el servicio público de energía.
5. Avance tecnológico en la energía fotovoltaica.

## PAINS

1. Deficiencia de luz solar por temas climaticos.
2. Se necesita un espacio donde haya buena luz solar.
3. Se puede dañar la fachada.
4. Falta de confianza en el producto.
5. Posibilidad de quejas innecesarias.

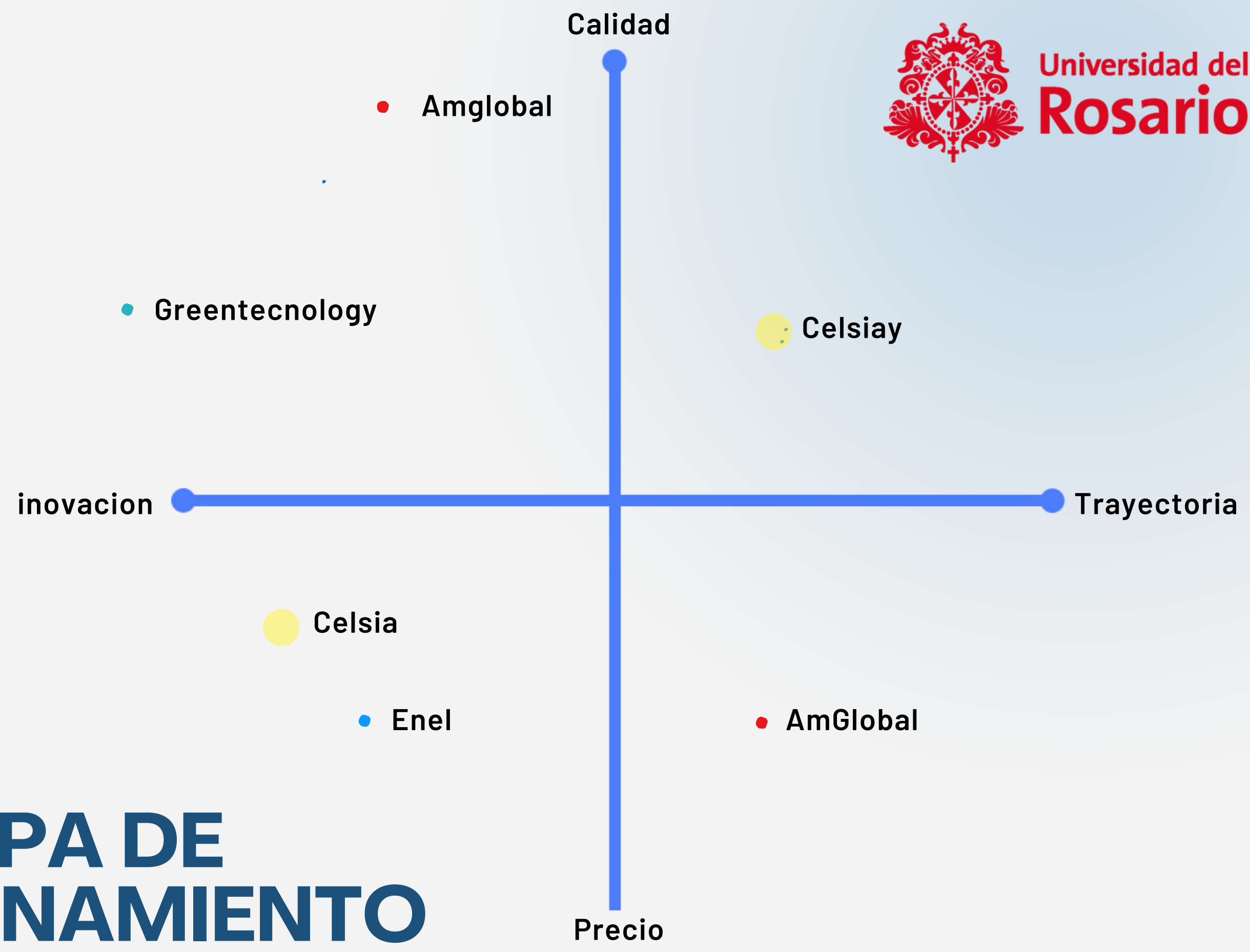
# PULPO DE COMPETIDORES











Prioridad 1









Prioridad 2









Prioridad 3











# MAPA DE POSICIONAMIENTO

ONLINE	 <p>movilidad electrica</p>	 <p>paneles</p>	 <p>servicio</p>	 <p>factura</p>
OFFLINE	 <p>energias renovables</p>	 <p>redes sociales</p>	 <p>alumbrado publico</p>	 <p>instalacion</p>
	NOTORIEDAD	CONSIDERACIÓN	CONVERSIÓN	FIDELIZACIÓN

ONLINE	 <p>movilidad electrica</p>	 <p>paneles</p>	 <p>servicio</p>	 <p>factura</p>
OFFLINE	 <p>energias renovables</p>	 <p>redes sociales</p>	 <p>alumbrado publico</p>	 <p>instalacion</p>
	NOTORIEDAD	CONSIDERACIÓN	CONVERSIÓN	FIDELIZACIÓN

ONLINE	 movilidad electrica	 paneles	 servicio	 factura
OFFLINE	 energias renovables	 redes sociales	 alumbrado publico	instalacion 
	NOTORIEDAD	CONSIDERACIÓN	CONVERSIÓN	FIDELIZACIÓN

ONLINE	 movilidad electrica	 paneles	 servicio	 factura
OFFLINE	 energias renovables	 redes sociales	 alumbrado publico	instalacion 
	NOTORIEDAD	CONSIDERACIÓN	CONVERSIÓN	FIDELIZACIÓN

# MATRIZ DE TEMÁTICAS



AMGLOBAL

GREEN TECHNOLOGY

CELSIA

ENEL X

**Paneles**

Energía renovable

**Energía**

**Servicio**

**Instalación**

**Energía**

Energía renovable

**Alumbrado público**

**Sueños**

Energía renovable

**Energía**

**Energía naranja**

**Factura**

**Iluminación**

**Iluminación**

**Movilidad eléctrica**

**Alumbrado público**

**Energía de la noche**

**Luz**

Energía renovable

**Alto Engagement**

**Bajo Engagement**

**Tendencias a explorar**

# MATRIZ DE IMPACTO



## TOFU

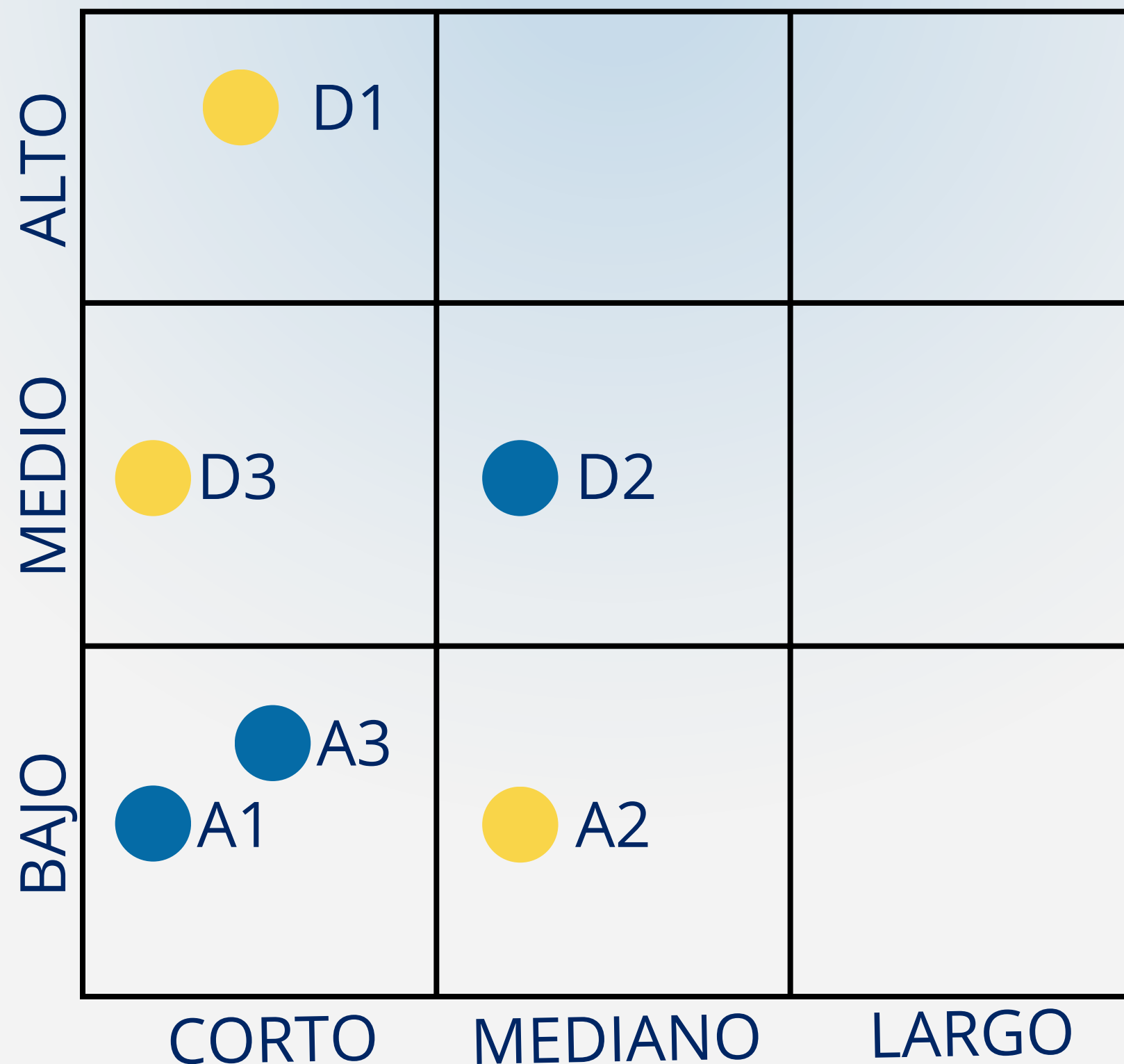
- 1.D1: Bajo conocimiento de la marca en públicos potenciales interesados en energía solar .
- 2.A1: Bajo nivel de conocimiento del consumidor sobre los beneficios de la energía solar.

## MOFU

- 1.D2: Desconocimiento sobre el uso positivo de los paneles solares.
- 2.A2: Desconfianza en la durabilidad de la tecnología solar.

## BOFU

- 1.D3: Falta de claridad en alto precio- alto beneficio.
- 2.A3: Competencia de productos de baja calidad en el mercado.



# OBJETIVOS



## **TOFU** (Visibilidad)

Aumentar la visibilidad de AMGLOBAL logrando un incremento del 30% en el tráfico mensual del sitio web y un 40% en las impresiones de publicaciones en redes sociales en un periodo de 6 meses

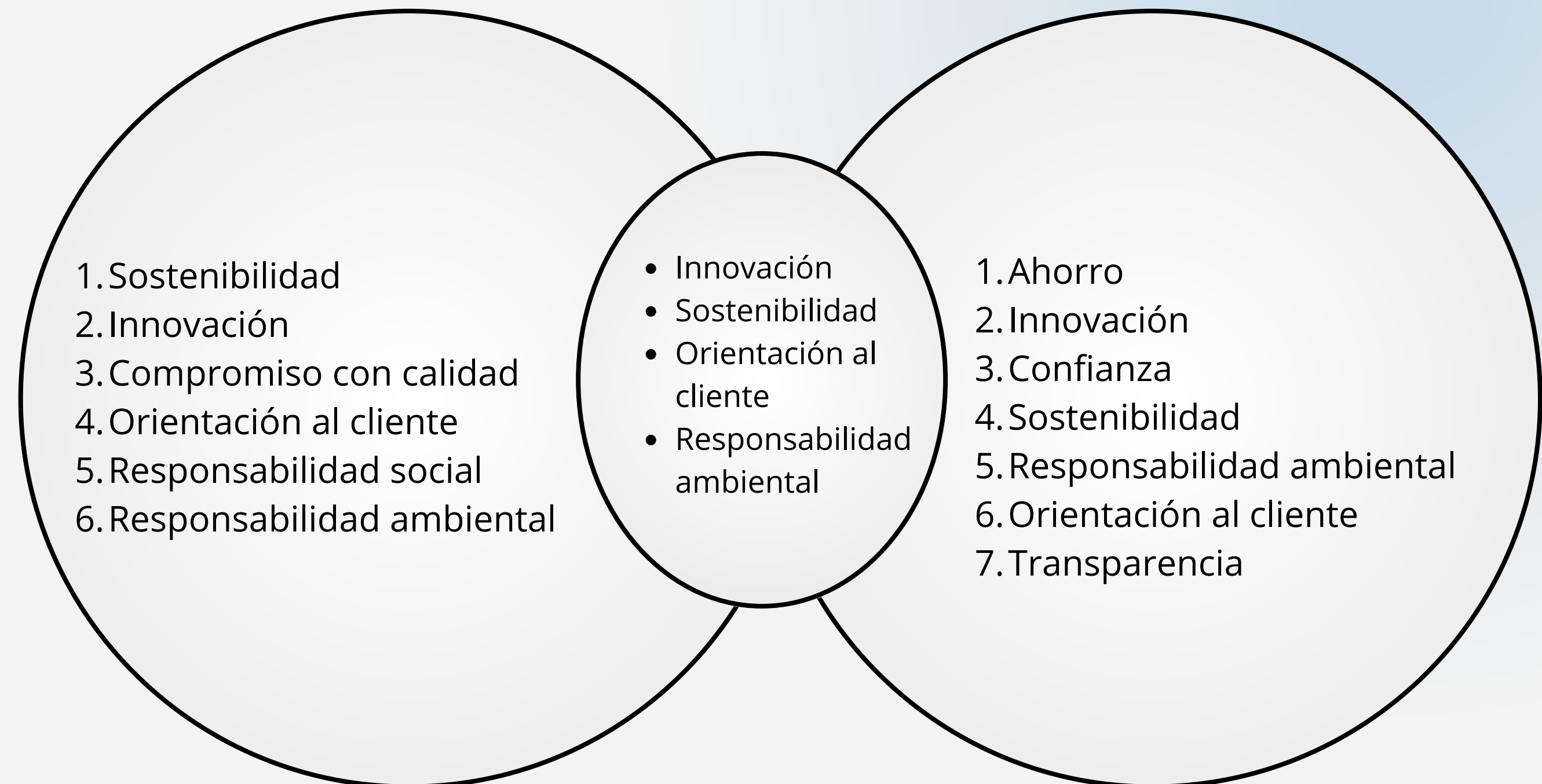
## **MOFU** (Interacción)

Incrementar la interacción en redes sociales alcanzando un 25% más de comentarios, mensajes directos y clics en publicaciones dentro de los próximos 4 meses.

## **BOFU** (Conversión)

Lograr un aumento del 20% en las solicitudes de cotización a través del formulario del sitio web en un plazo de 3 meses.

# DIAGRAMA DE RELEVANCIA COMUNICATIVA



# POINT OF PARITY VS. POINT OF DIFFERENCE



## POINT OF PARITY

- GREEN TECHNOLOGY  
(Sostenibilidad)
- ENEL  
(Orientación al cliente)
- CELSIA  
(Responsabilidad ambiental)

## POINT OF DIFFERENCE

AMGobal (Innovación)  
BRAND ESSENCE



**EL MAGO**

# ARQUETIPOS

Sorprenden a las personas, es innovadora, hacen algo diferente. Nescafe (comparten café con desconocidos, mesa en el balcón del hotel que hacerca a las personas).

# ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS



## TOFU

Aumentar la visibilidad de AMGLOBAL logrando un incremento del 30% en el tráfico mensual del sitio web y un 40% en las impresiones de publicaciones en redes sociales en un periodo de 6 meses

**Estrategia:** Implementar campañas de contenido SEO y SEM optimizadas

**Táctica 1:** Ejecutar campañas de Google Ads enfocadas en palabras clave de alto volumen, como "paneles" o "energía", con segmentación por ubicación y público interesado en las energías renovables.

**Táctica 2:** Crear blogs dentro de la página web con contenido educativo y técnico relacionado con los beneficios de los paneles solares.

# ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS



## MOFU

Incrementar la interacción en redes sociales alcanzando un 25% más de comentarios, mensajes directos y clics en publicaciones dentro de los próximos 4 meses.

### Estrategia: Creación de contenido educativo

**Táctica 1:** Diseñar publicaciones con contenido interactivo (encuestas y trivias) sobre los beneficios de los paneles solares, respondiendo a preguntas frecuentes y desmintiendo mitos sobre los paneles solares.

**Táctica 2:** Lanzar una campaña de "tips de paneles solares" en historias y reels, incluyendo consejos para ahorrar energía y maximizar el uso de paneles solares.

# ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS



## BOFU

Lograr un aumento del 20% en las solicitudes de cotización a través del formulario del sitio web en un plazo de 3 meses.

### **Estrategia: Optimización del sitio web y experiencia de usuario**

**Táctica 1:** Implementar un sistema de recordatorios por cookies para los visitantes que inician el formulario pero no lo completan.

**Táctica 2:** Implementar campañas de remarketing mostrando el impacto positivo de los paneles solares con ejemplos reales.

# INDICADORES



## TOFU

Aumentar la visibilidad de AMGLOBAL logrando un incremento del 30% en el tráfico mensual del sitio web y un 40% en las impresiones de publicaciones en redes sociales en un periodo de 6 meses

**Nombre del indicador:** Incremento de Visibilidad Digital de AMGLOBAL: medirá el impacto de las acciones implementadas en cuanto a visibilidad digital y la efectividad de las estrategias de marketing de AMGLOBAL.

## MOFU

Incrementar la interacción en redes sociales alcanzando un 25% más de comentarios, mensajes directos y clics en publicaciones dentro de los próximos 4 meses.

**Nombre del indicador:** Tasa de interacción en redes sociales: nos va a permitir evaluar no solo la cantidad de interacciones, sino también su efectividad en redes sociales.

## BOFU

Lograr un aumento del 20% en las solicitudes de cotización a través del formulario del sitio web en un plazo de 3 meses

**Nombre del indicador:** Porcentaje de aumento en las solicitudes de cotización: vamos a medir el éxito de las estrategias implementadas para incrementar las solicitudes de cotización.

## OBJETIVOS TOFU



**Aumentar la visibilidad de AMGLOBAL logrando un incremento del 30% en el tráfico mensual del sitio web y un 40% en las impresiones de publicaciones en redes sociales en un periodo de 6 meses**

### ACTUALES TECNOLOGICOS

- Para pain 1; insight 1: Campaña de información sobre como los paneles solares solucióna el problema de los cortes de luz y climas nublados.
- Para pain 2:, insight 5 : Campaña de información del porque la tecnología fotovoltaica los ayudará a iluminar sus viviendas en los momentos mas oscuros.s  
oscuros. o
- Para pain 4; insight 3: Campaña de tips mencionando como los paneles solares pueden proteger tus electrodomésticos y tu inversión monetaria.l  
páro

# TOFU

Tecnológico

Que los productos de la nevera se pierdan porque se fue la luz.



## OBJETIVOS MOFU



**Incrementar la interacción en redes sociales alcanzando un 25% más de comentarios, mensajes directos y clics en publicaciones dentro de los próximos 4 meses**

## PONENCIAS CONSTRUCTORAS

- **Para Pain 1, Insights 3: Video corto sobre protección de electrodomesticos aprovechando al máximo la energía solar, incluso en días nublados**

- **Para pain 4, Insights 4: Video testimonial y encuesta interactiva sobre si el cliente cree que la energía solar no es confiable y como descubrir el como esta ayudando a cientos de hogares a reducir el costo de su factura.**

- **Para pain 5, Insights 5: Video y post educativo en carrusel donde se muestra como la nueva tecnología solar evita fallas y garantiza eficiencia sin sorpresas en altos costos de la factura**



MOFU

Constructora

Donde se muestra como la nueva tecnología solar evita fallas y garantiza eficiencia sin sorpresas en altos costos de la factura.

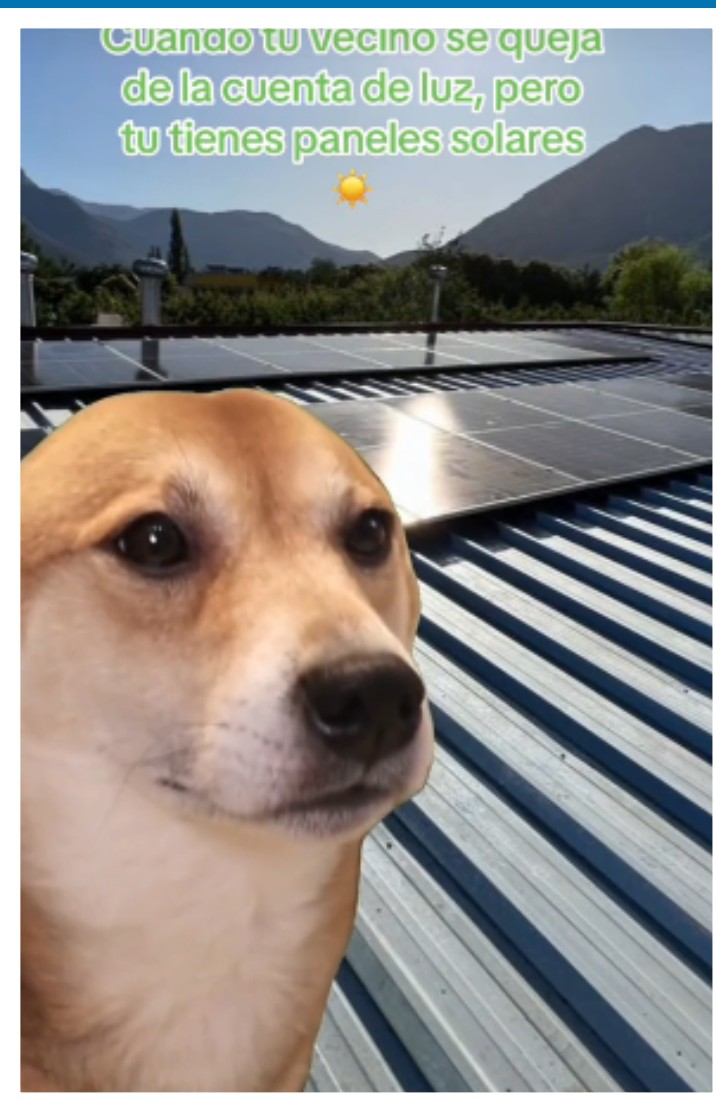
## OBJETIVOS BOFU



Lograr un aumento del 20% en las solicitudes de cotización a través del formulario del sitio web en un plazo de 3 meses

## PERDIDOS MONETARIOS

- Pain 5; Insight 4: Video corto con infografía sobre reducción del consumo eléctrico. Mensaje clave: "Menos quejas, más ahorro: Energía solar para un consumo eficiente y sin preocupaciones."
- Pain 1; Insight 1: Video corto con imagen corporativa de (Nevera apagada vs. Nevera encendida con energía solar) donde se describe ¿Se fue la luz y tu comida se echó a perder? No más preocupaciones. Con un sistema solar con almacenamiento, tu nevera seguirá funcionando sin importar el clima o los cortes de energía.
- Pain 4; Insight 4: Video corto de testimonio de cliente donde se de un mensaje clave de ahorro de energía hasta un 80% en la factura de luz con energía solar confiable.



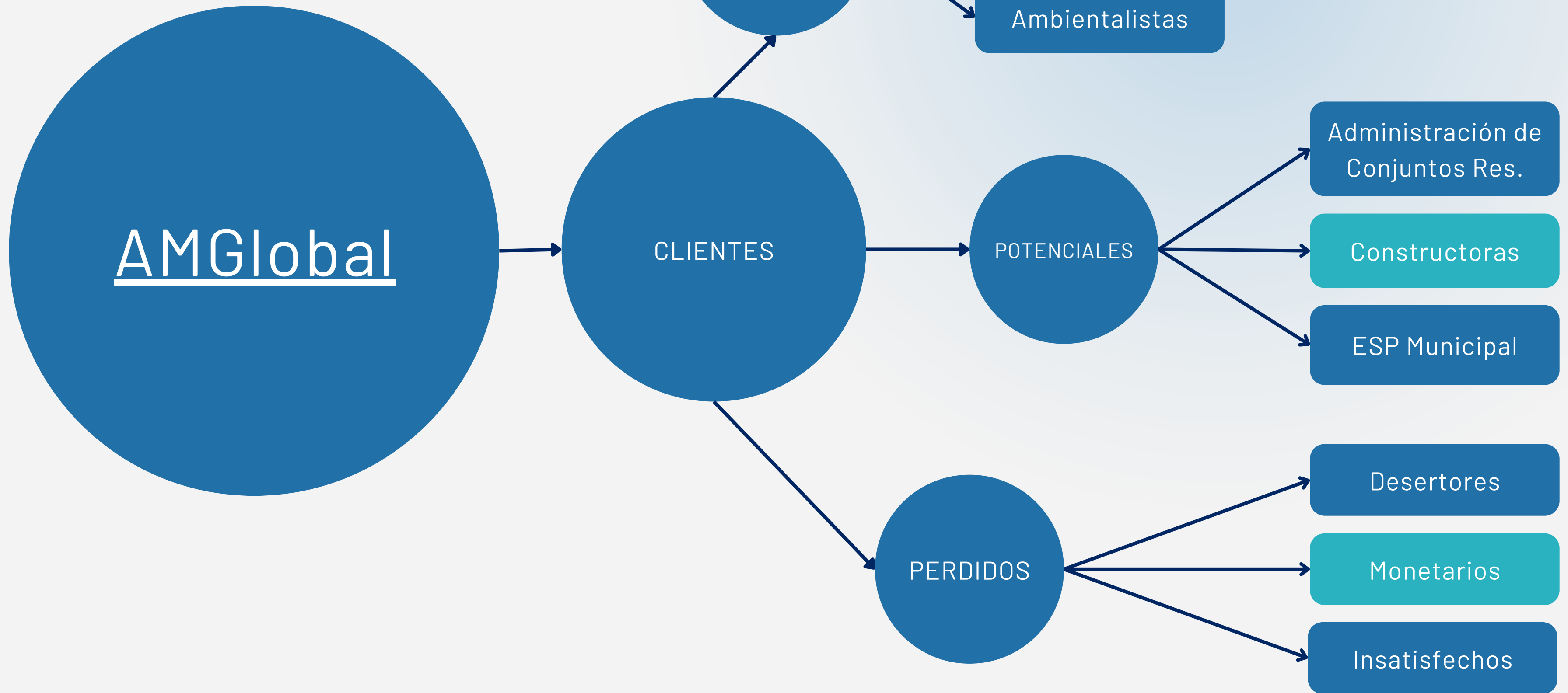
BOFU

**Perdidos = Monetarios**

Consumo elevado de energía pública

posible quejas de alto consumo de energía pública

# PULPO DE SEGMENTOS



# EL CONCEPTO



**SOLUCIONES BRILLANTES PARA  
PROBLEMAS OSCUROS**



**Link:**

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1BjuEkkUmt7fdm5n3tqwqBAyv6jOZjZiH/edit?gid=1278246836#gid=1278246836>



Universidad del Rosario

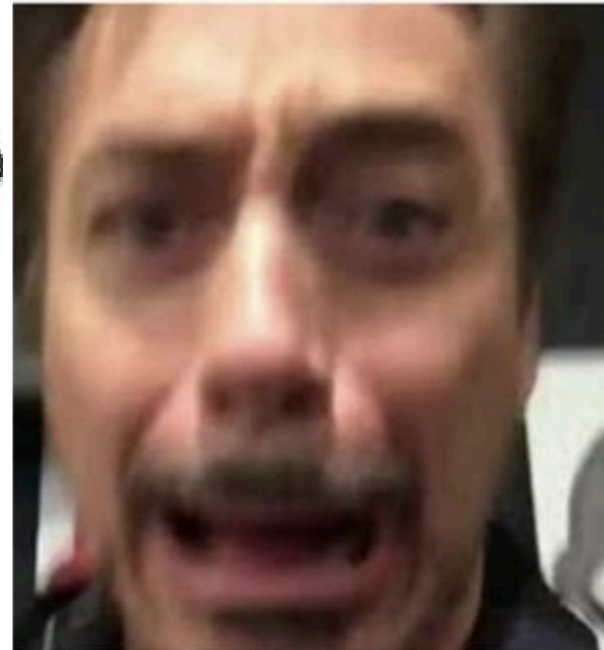
# MEMEGRAFÍA

Quando tú amigo de Green Kiin te dice voy a ser sincero y se convierte en un panel solar funcional y bien instalado



AL ENTERARME DE LOS INCREMENTOS DE CFE

AL RECORDAR QUE TENGO PANELES SOLARES



# TALLER STORYTELLING II



REEL/TIKTOK	RECETA	GUIÓN DE LA HISTORIA	ESCENAS - TOMAS
<b>EL HEROE</b>	Persona con necesidad de ganar masa muscular	Persona que ingresa al GYM para ganar masa muscular	Ingreso al GYM
<b>LA EMOCIÓN - GANCH</b>	Impotencia porque no sube masa muscular, autoestima, ansiedad por comer proteína	La persona no puede levantar mucho peso por falta de fuerza ya que no tiene masa muscular	Se graba levantando poco peso
<b>EL PROBLEMA</b>	No sabe que comer para ganar masa muscular	Le sugiere la proteína a usar para no tener dietas	Se le ofrece al instante la proteína
<b>PLAN</b>	Te doy un ejemplo de dieta diaria que puedes seguir	Se explican los beneficios que gana al consumir la proteína	Toma explicando los beneficios de la proteína
<b>CTA DEL GUIA</b>	Puedo enseñarte como comer saludable y ganar peso combinando dieta y ejercicio	Se evidencian los efectos ganados por el consumo de la proteína recomendada	Toma levantando mas peso y realizando mas repeticiones.

# DEFINICIÓN DE IDEA DE NEGOCIO



## **Qué vas a vender? (Producto o servicio)**

AMGLOBAL ofrece soluciones integrales en energía solar, que incluyen el suministro de los paneles solares, la instalación, el mantenimiento y el monitoreo de los sistemas para garantizar su óptimo rendimiento.

## **¿Qué problema resuelves?**

El principal problema que AMGLOBAL resuelve es el alto costo de la energía eléctrica para los residentes de conjuntos habitacionales en regiones de clima cálido. Dada la alta demanda de electricidad debido a las temperaturas extremas, muchas viviendas enfrentan facturas elevadas que impactan el presupuesto familiar.

# PROPUESTA DE VALOR Y DIFERENCIACIÓN



**Ahorro económico:** Gracias a la instalación de paneles solares, los residentes pueden reducir significativamente sus costos de energía eléctrica, generando ahorro a largo plazo.

**Energía sostenible:** Promovemos el uso de energías renovables, lo que no solo beneficia el bolsillo del cliente, sino también el medio ambiente, reduciendo las emisiones de gases contaminantes.

**Servicio personalizado:** Nos especializamos en conjuntos residenciales, ofreciendo una atención y seguimiento especializado, desde el asesoramiento hasta el mantenimiento posterior a la instalación.

Ejemplo de marcas similares en el mercado

**Enel X:** Empresa internacional que también ofrece productos y servicios relacionados con la energía solar, con un enfoque en comunidades y proyectos grandes, como edificios y conjuntos residenciales.

**SunPower:** Una empresa global que ofrece soluciones de energía solar para residencias, aunque está más enfocada en el mercado masivo, con opciones personalizadas dependiendo de las necesidades del hogar.

# ESTUDIO DE MERCADO Y PÚBLICO OBJETIVO



Buyer persona: una persona que busque reducir costos de electricidad a largo plazo para su hogar y su negocio.

Contribuir al cuidado del medio ambiente y promover la sostenibilidad en su comunidad.

Buscar soluciones tecnológicas innovadoras que ofrezcan eficiencia y ahorro.

Herramientas para estudiar el mercado (Google Trends, Similar web, etc...)

## **Google Trends**

Es excelente para analizar el interés creciente por los paneles solares en la región específica del pueblo con clima cálido, es una herramienta accesible y fácil de usar para obtener una visión rápida de las tendencias actuales.

## **Encuestas directas**

Nos permitirá obtener información específica y detallada directamente de los residentes de conjuntos residenciales.

# PLATAFORMA DE E-COMMERCE



En AMGlobal, queremos ofrecer a nuestros clientes una experiencia de compra en línea fluida, confiable y segura. Para lograrlo, evaluamos diferentes plataformas de comercio electrónico y elegimos Wix por su equilibrio entre facilidad de uso, escalabilidad y costos accesibles.

Wix porque nos permite ofrecer una tienda online moderna, eficiente y accesible, alineada con nuestro crecimiento y necesidades operativas. Con su facilidad de uso, escalabilidad y costos optimizados, garantizamos una experiencia de compra confiable para nuestros clientes.



# FACTORES CLAVE PARA ELEGIR PLATAFORMA



## 1. Escalabilidad: Crecemos sin Límites

- Desde una tienda pequeña hasta un catálogo en expansión, Wix nos permite escalar sin necesidad de migrar a otra plataforma.
- Compatible con herramientas de pago, envíos y marketing digital, lo que nos ayuda a optimizar nuestras operaciones.
- Funcionalidades incorporadas que permiten mejorar la visibilidad en buscadores y entender el comportamiento de nuestros clientes.

## 2. Costos Accesibles: Rentabilidad sin Sacrificar Calidad

- Wix ofrece opciones asequibles sin costos ocultos, permitiéndonos invertir en crecimiento en lugar de infraestructura.
- Podemos integrar pagos contra entrega y POS sin cargos adicionales por transacción.
- No requiere costos elevados en desarrollo o soporte técnico, ya que su sistema es autogestionable.

## 3. Facilidad de Uso: Creación y Gestión sin Complicaciones

- Wix permite diseñar y administrar nuestra tienda sin necesidad de conocimientos avanzados en programación.
- Podemos actualizar productos, precios y contenido fácilmente desde un solo panel de control.
- Herramientas de marketing y gestión de pedidos que optimizan el tiempo y esfuerzo.



**DOMINIO:**

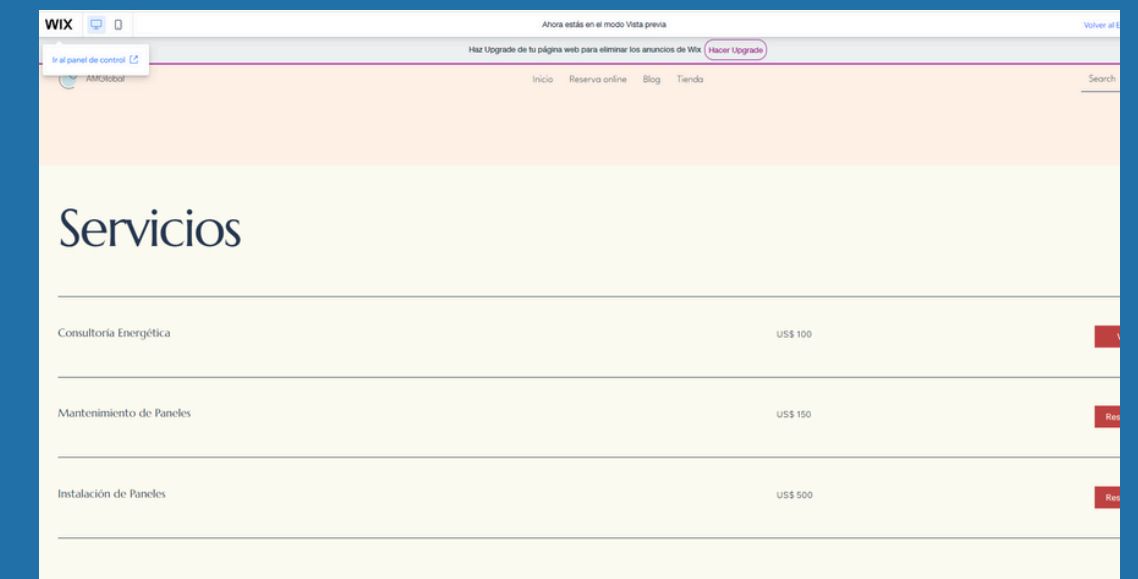
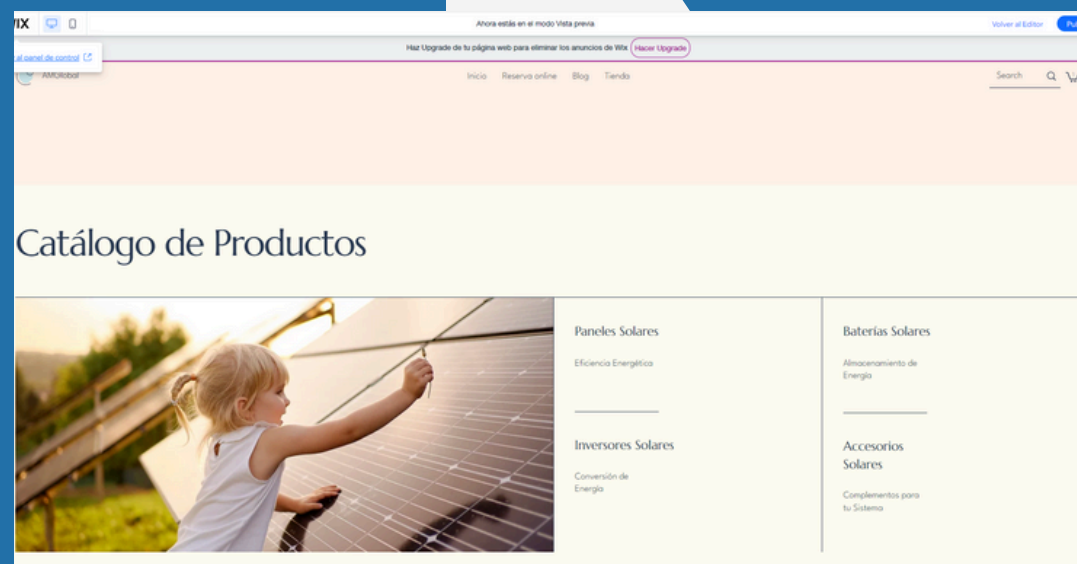
[amglobal.com.co](http://amglobal.com.co)

# CREAR Y CONFIGURAR LA TIENDA ONLINE



## Diseño del sitio web

En AMGlobal, entendemos la importancia de la digitalización para ofrecer soluciones más accesibles y eficientes a nuestros clientes. Por eso, hemos desarrollado un sitio web diseñado para mejorar la experiencia de compra y brindar información clara sobre nuestros productos y servicios de energía solar.

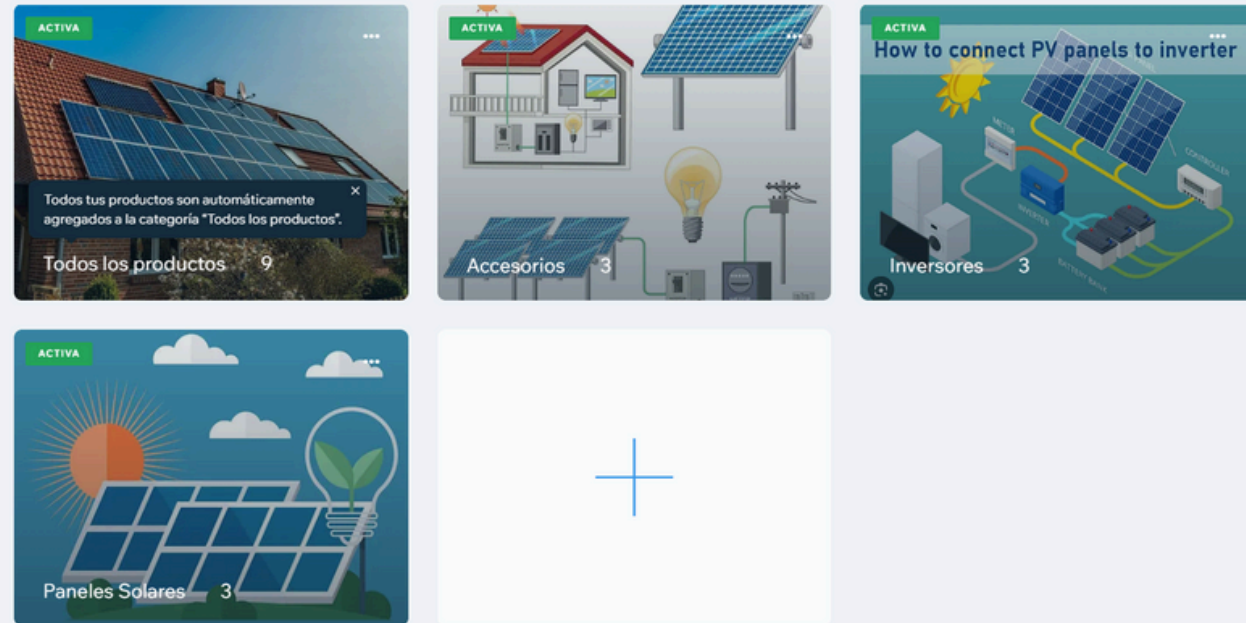


# CATEGORÍAS Y CARGA DE PRODUCTOS



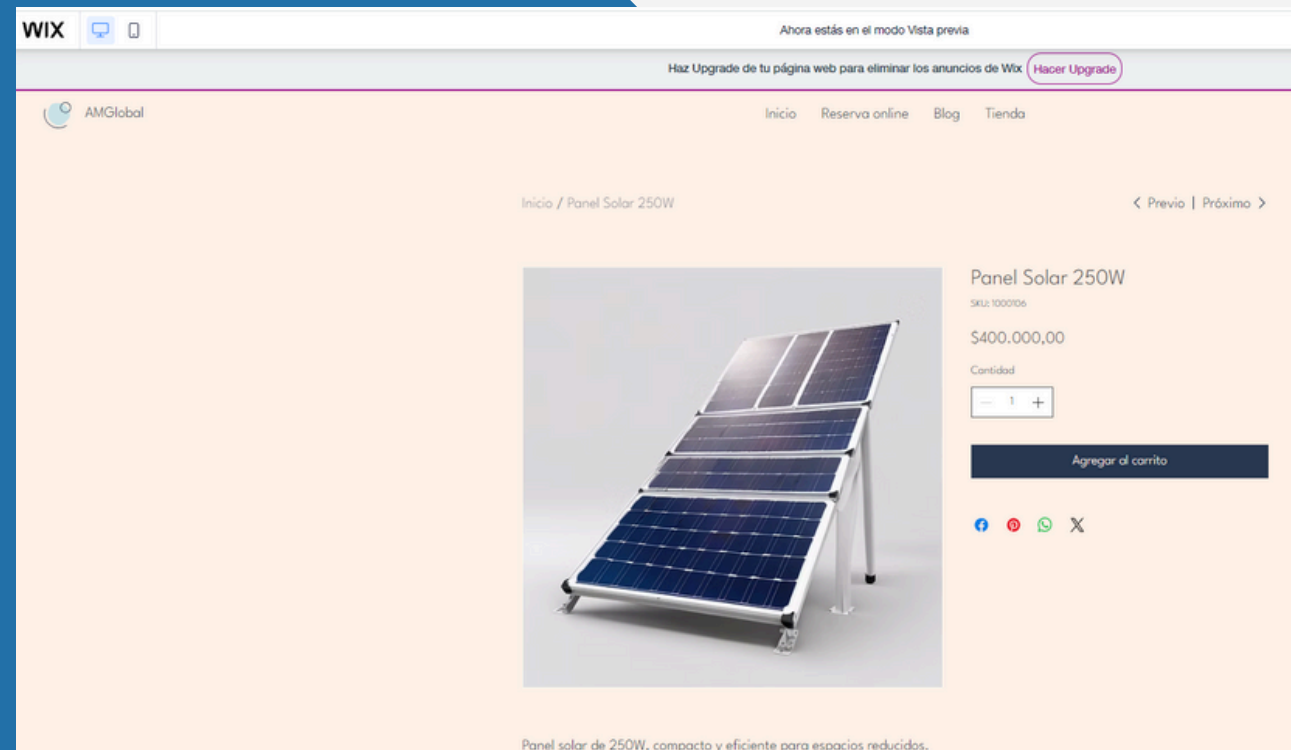
## Categorías 4

Organiza tus productos y gestiona cómo se muestran. [Leer más](#)



En AMGlobal, estamos comprometidos con brindar la mejor experiencia de compra en línea para nuestros clientes. Para lograrlo, es fundamental contar con un sitio web bien estructurado, donde los productos estén organizados de manera clara y accesible.

- Con categorías bien definidas ayudan a los clientes a encontrar rápidamente lo que necesitan.
- Una estructura organizada evita confusión y mejora la experiencia del usuario.
- Permite destacar productos clave y mejorar la visibilidad de nuestra oferta.



Nombre	Tipo	SKU	Precio	Inventario
Regulador de Carga	Físico	1000100	75.000,00 COP	9
Cable Solar 10m	Físico	1000101	50.000,00 COP	19
Panel Solar 300W	Físico	1000102	450.000,00 COP	30
Panel Solar 450W	Físico	1000103	500.000,00 COP	30
Inversor 2000W	Físico	1000104	1.300.000,00 ...	10
Soporte Panel Solar	Físico	1000105	70.000,00 COP	50
Panel Solar 250W	Físico	1000106	400.000,00 COP	50
Inversor 1000W	Físico	1000107	1.150.000,00 C...	10

# INTEGRACIÓN DE MEDIOS DE PAGO Y ENVÍOS



Universidad del  
**Rosario**

En AMGlobal! Nos enorgullece ofrecer soluciones en energía solar con transparencia y confianza. Actualmente, puedes pagar con efectivo o tarjeta mediante POS al momento de la entrega.



## Pagos

Haz un seguimiento de los pagos de tus clientes.

### Resumen de Hoy

Volumen bruto  
\$ 125.000,00

Pagos concretados exitosamente  
1

### Todos los pagos

Filtrar Nombre, identificación de pago

Fecha	Cliente	Producto/ Servicio	Método de pago	Estado	Monto
20 de mar, 10:01 a. m.		Regulador de Carga, Cable ...	POS en efectivo	CONCRETADO	\$ 125.000,00

Pedidos > Pedido n.º 10001

**Pedido n.º 10001** PAGADO COMPLETADO

Realizado el 20 mar 2025, 10:01

Más acciones

### Ítems (2)

#### Pedido POS

	Regulador de Carga SKU: 1000100	\$75.000,00	X 1	\$75.000,00
	Cable Solar 10m SKU: 1000101	\$50.000,00	X 1	\$50.000,00

### Información del pago

 PAGADO

Acciones

Ítems	\$125.000,00
Impuesto	\$0,00
<b>Total</b>	<b>\$125.000,00</b>
El cliente pagó	\$ 125.000,00

### Actividad del pedido

- Agrega una nota (tu cliente no verá esto)
- 20 mar 2025
- alexandercruz\_83@yahoo.com agregó una nota:  
En proceso de envío 10:04
- Pedido marcado como pagado 10:01
- Pedido realizado 10:01

Recibiste este pedido desde tu Punto de venta.

### Información del pedido

No ingresaste información para este pedido.

### Etiquetas

+ Asignar etiquetas

# MÉTODOS DE PAGO Y LOGÍSTICA



En AMGlobal, nuestro objetivo es facilitar el acceso a la energía solar ofreciendo opciones de pago seguras, accesibles y confiables para nuestros clientes. Después de evaluar diferentes alternativas, seleccionamos **Efectivo, Transferencia Bancaria y Mercado Pago** porque nos permiten atender diversas necesidades, ofrecer flexibilidad y seguridad para nuestros clientes en cada compra.



- Variedad en métodos de pago con uso de tarjetas de crédito, débito, saldo en cuenta o pagos en efectivo en puntos autorizados.
- Facilita la compra de productos con financiamiento.
- Protege tanto al cliente como a la empresa contra fraudes.



- El cliente paga solo cuando verifica que recibió el producto correcto.
- Ideal para quienes no tienen acceso a servicios bancarios o prefieren manejar dinero en efectivo.



- Sin necesidad de manejar efectivo ni exponer datos de tarjetas.
- No hay comisiones por parte de AMGlobal.
- Permite llevar un mejor control contable tanto para el cliente como para la empresa.

# MÉTODOS DE PAGO Y LOGÍSTICA



Los envíos se hace a través de terceros especializados, se usan empresas de transporte que cuenten con el cuidado necesario para equipos tecnológicos, sin embargo también se está verificando la posibilidad de una red de instaladores locales, donde nos asociaremos con los técnicos en diferentes regiones que reciban los equipos y los instalen.



# ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL



En AMGlobal, entendemos que la clave para el crecimiento es una estrategia digital bien estructurada. por lo que al combinar SEO, redes sociales, email marketing y alianzas estratégicas, lograremos aumentar nuestra visibilidad, atraer más clientes y posicionarnos como líderes en energía solar.

Cada una de estas estrategias está diseñada para informar, educar y generar confianza en nuestros clientes, facilitando su decisión de adoptar soluciones solares. Con un enfoque omnicanal y contenido de alto valor, no solo impulsaremos nuestras ventas, sino que también contribuiremos a la transición hacia un futuro más sostenible.

# TIPOS DE CONTENIDOS PARA EL E-COMMERCE



Universidad del  
**Rosario**

## Educativo

- Videos explicativos sobre energía solar.
- Webinars con expertos en energía renovable.



## Comercial

- Testimonios y casos de éxito en las instalaciones que se han realizado.

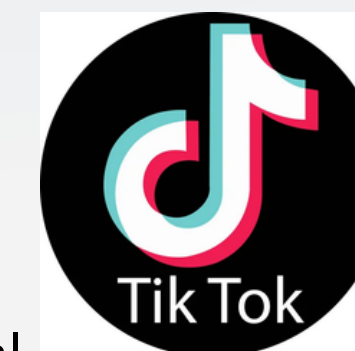


## Promocional

- Anuncios con descuentos que se tienen en los paneles solares o servicios que se manejan.

## Interactivo

- Sesiones de preguntas y respuestas en vivo acerca de los productos y servicios que ofrece AMGlobal.



# PRESUPUESTO DE PAUTA

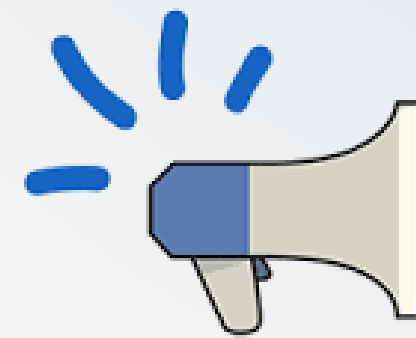


**Estimado Mensual:** Inversión total: 1.800.000



Google Ads

Google Ads: 600.000



facebook Ads



Facebook & Instagram Ads: 1.200.000

# MÉTRICAS Y KPIS



En amglobal la medición del progreso, es crucial definir claramente los objetivos del e-commerce. Algunos ejemplos comunes de objetivos pueden ser:

- Incrementar las ventas.
- Mejorar la experiencia del usuario.
- Aumentar el tráfico web de la pagina Amglobal.com.co
- Mejorar la retención de clientes.
- Métricas de Rendimiento de Ventas en amglobal
- Ingresos Totales: La cantidad total de dinero generado por ventas.
- Tasa de Conversión: El porcentaje de visitantes que completan una compra.
- Valor Medio del Pedido (AOV): El valor promedio de cada pedido realizado en Amglobal
- Tasa de Abandono del Carrito: El porcentaje de usuarios que añaden productos al carrito pero no completan la compra.
- Ventas por Producto: Identificar qué productos se venden más y cuáles tienen un bajo rendimiento.

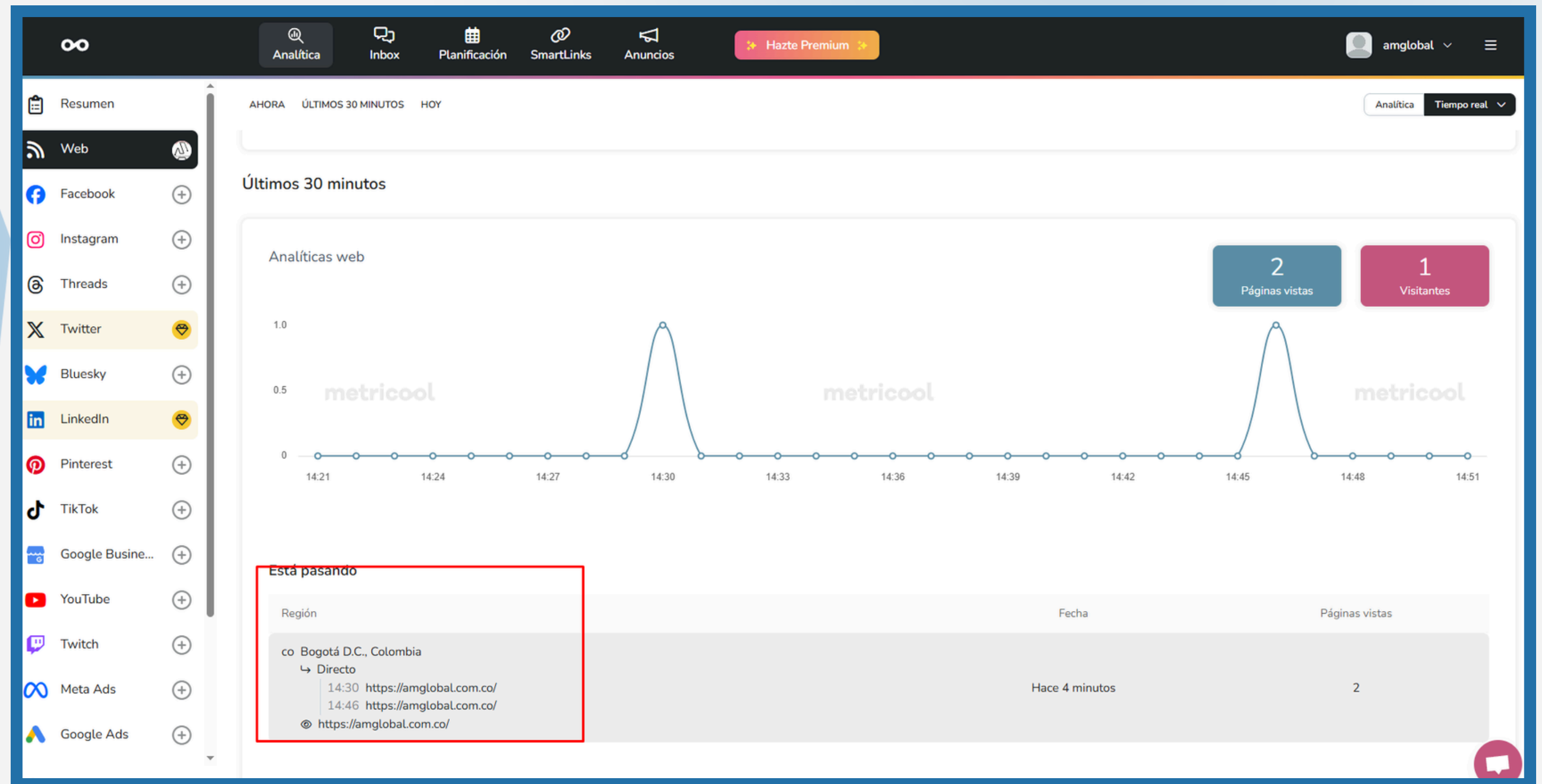
## Métricas de Tráfico Web: Amglobal

**Visitas al Sitio Web:** Número total de visitas generadas en un período de tiempo.

Fuentes de Tráfico: Identificar de dónde provienen los visitantes (orgánico, pago, referidos, redes sociales, etc.).

**Páginas Vistas por Sesión:** Número promedio de páginas que un visitante visualiza durante su sesión.

Tasa de Rebote: Porcentaje de visitantes que abandonan el sitio después de ver solo una página.



## Métricas de Marketing:

**Costo por Adquisición (CPA):** El costo para adquirir un nuevo cliente, evaluando la eficiencia de las campañas de marketing.

**Retorno sobre la Inversión Publicitaria (ROAS):** Cuánto ingreso genera cada dólar invertido en publicidad.

**Tasa de Crecimiento de Suscriptores/Seguidores:** Seguimiento del crecimiento de la lista de correo o redes sociales.



The screenshot displays a marketing dashboard with a top navigation bar containing icons for 'Análítica', 'Inbox', 'Planificación', 'SmartLinks', and 'Anuncios', along with a 'Hazte Premium' button and a user profile 'amglob'. A central message states: 'Una marca te permite gestionar y conectar una web o blog, una cuenta de Twitter, una página de Facebook, una cuenta de Instagram, una cuenta o página de LinkedIn (solo en cuentas Premium), una ubicación de Google Business Profile, una cuenta de Meta Ads, una cuenta de Google Ads, una cuenta de TikTok Ads, un canal de YouTube y una cuenta de Twitch.'

The main content area is divided into several sections for connecting accounts:

- Web:** A red-bordered box highlights the 'Web' section, which includes a 'Dominio amglobal.com.co' and a 'Blog' section with a 'Feed RSS' link: <https://amglobal.com.co/feed>.
- Instagram:** 'Conectar una cuenta profesional de Instagram' (pink button).
- Threads:** 'Conectar una cuenta de Threads' (black button).
- Twitter:** 'Conectar una cuenta de Twitter / X' (yellow button).
- Bluesky:** 'Conectar una cuenta de Bluesky' (blue button).
- LinkedIn:** 'Conectar una cuenta de LinkedIn' (yellow button).
- Pinterest:** 'Conectar una cuenta de Pinterest' (red button).
- TikTok personal:** 'Conectar una cuenta personal de TikTok' (black button).
- TikTok business:** 'Conectar una cuenta de empresa de TikTok' (black button).
- Google Business Profile:** 'Conectar una cuenta de Google Business Profile' (blue button).
- YouTube:** 'Conectar un canal de YouTube' (red button).
- Twitch:** 'Conectar una cuenta de Twitch' (purple button).
- Meta Ads:** 'Conectar una cuenta de Meta Ads' (blue button).

Con Metricool E-Commerce las métricas en Amglobal son:

## 1. Análisis de Tráfico Web:

**Visitas y Visitantes:** Metricool te permite obtener datos sobre el tráfico web de tu e-commerce, mostrando las visitas totales, el número de usuarios nuevos y recurrentes, y su comportamiento.

**Fuentes de Tráfico:** Puedes ver de dónde proviene tu tráfico, si es orgánico, directo, referencial, social o pago. Esto es crucial para evaluar la efectividad de las campañas de marketing.

**Páginas más visitadas:** Ver qué páginas de tu tienda están siendo más visitadas, lo que te puede ayudar a identificar productos populares o áreas que necesiten optimización.



Resumen

Web

Facebook

Instagram

Threads

Twitter

Bluesky

LinkedIn

Pinterest

TikTok

Google Busine...

YouTube

Twitch

Meta Ads

Analítica

Inbox

Planificación

SmartLinks

Anuncios

Hazte Premium

amglobal

Ahora

Últimos 30 minutos

Visitas

Visitantes

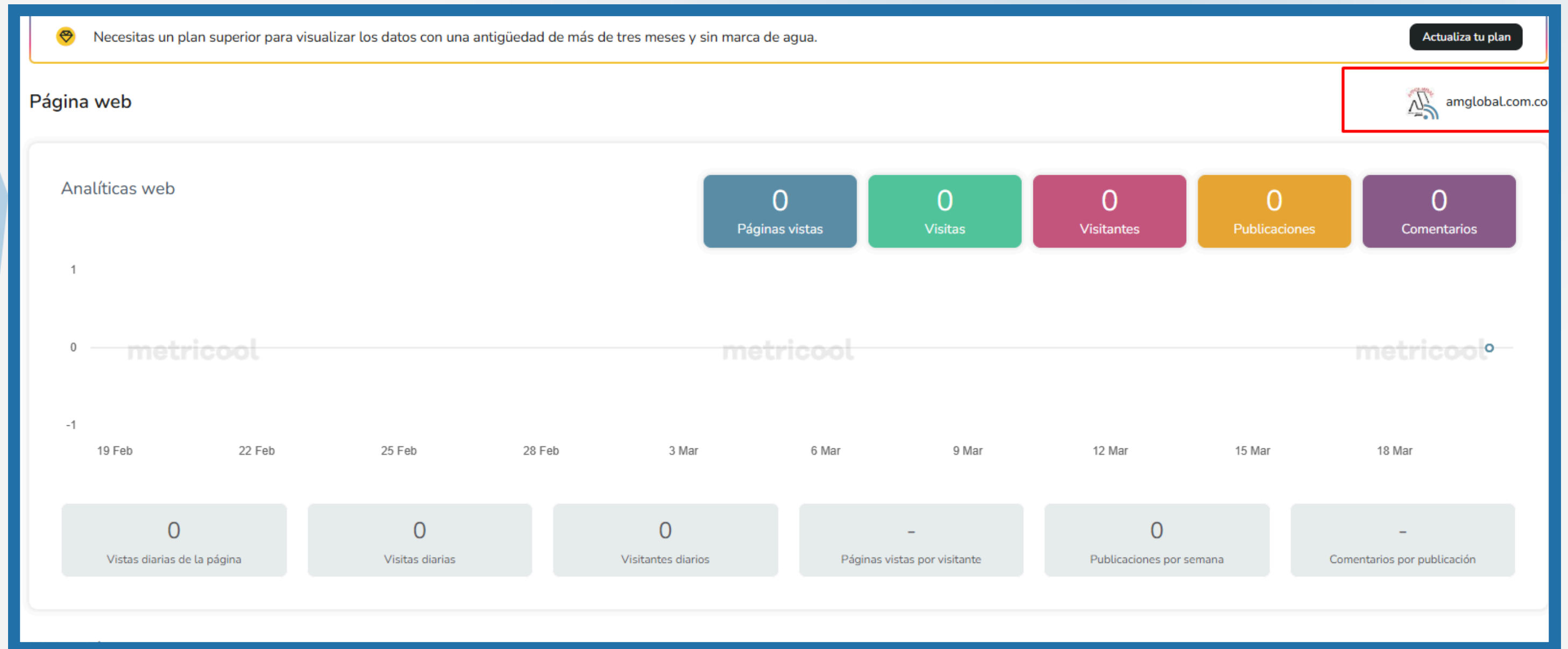
Páginas vistas

URL	Visitantes
/	1

Filas por página: 5 1-1 de 1

Informes Automáticos: Puedes generar informes detallados sobre las métricas que más te interesan, como el rendimiento de redes sociales, tráfico web, y campañas de marketing. Estos informes son fáciles de personalizar y se pueden generar de forma periódica (diaria, semanal, mensual).

Informe de Resultados de Marketing: Los informes te ayudarán a analizar el rendimiento de las campañas y el impacto de tus esfuerzos de marketing digital.



Ajuste de Estrategias: Gracias a sus herramientas de análisis en tiempo real, puedes ajustar rápidamente tus estrategias de marketing, tanto orgánicas como pagadas, para mejorar los resultados en términos de tráfico, interacciones, y conversiones.

Mejora de la Experiencia del Usuario: Con el análisis de redes sociales y tráfico web, puedes entender mejor las necesidades de tus usuarios, lo que te permite adaptar el contenido, la experiencia del usuario (UX) y las estrategias de comunicación de tu tienda online.

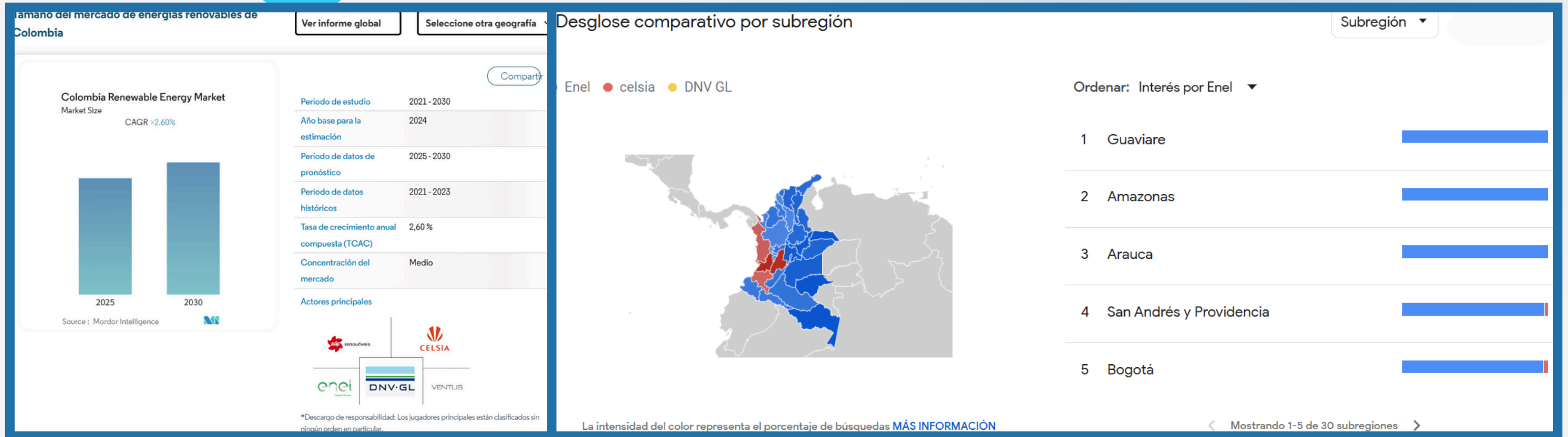


The screenshot displays the Metricool dashboard interface. On the left, a sidebar lists various social media and advertising platforms: Twitter, Bluesky, LinkedIn, Pinterest, TikTok, Google Business, YouTube, Twitch, Meta Ads, Google Ads, TikTok Ads, Informes, Hashtag Tracker, and Ajustes de mar... The main area is divided into 'Plantillas' (Templates) and 'Secciones' (Sections). The 'Secciones' list includes: Resumen, Web (highlighted with a red box), Facebook, Instagram, Threads, Twitter, Bluesky, and LinkedIn. Each section has options for sorting and maximum rows. The 'Web' section is set to 'Ordenar por Páginas vistas' and 'Max filas 20'. On the right, a 'metricool' report is shown, featuring a 'Community growth' chart with metrics: 2515 Followers (+10.07%), 38 Total content (+26.07%), 190 Acquired likes (+17.28%), and 5 Lost likes (-44.44%). Below this is an 'Interactions of published posts' chart with metrics: 15.63K Likes (-17.70%), 8517 Comments (+55.75%), 8110 Saved (-64.33%), and 32.57K Interactions (-15.13%).

Es una excelente plataforma para medir el progreso en amglobal de un e-commerce, ya que ofrece herramientas completas para analizar y gestionar el tráfico web, las redes sociales y las campañas de publicidad. Las métricas que proporciona permiten a los propietarios de tiendas online tomar decisiones basadas en datos, optimizando sus esfuerzos de marketing y mejorando el rendimiento general del negocio.



# TENDENCIAS Y PRONÓSTICOS 2028

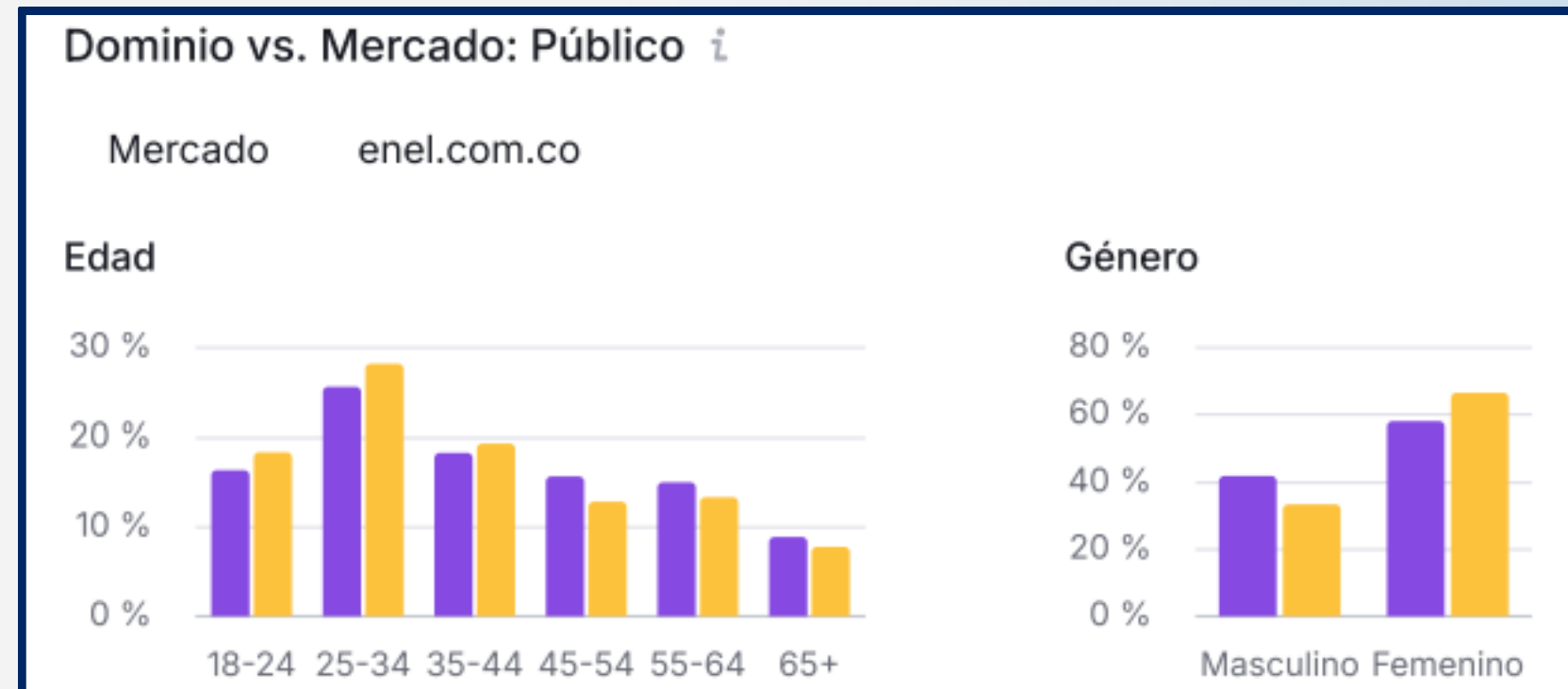
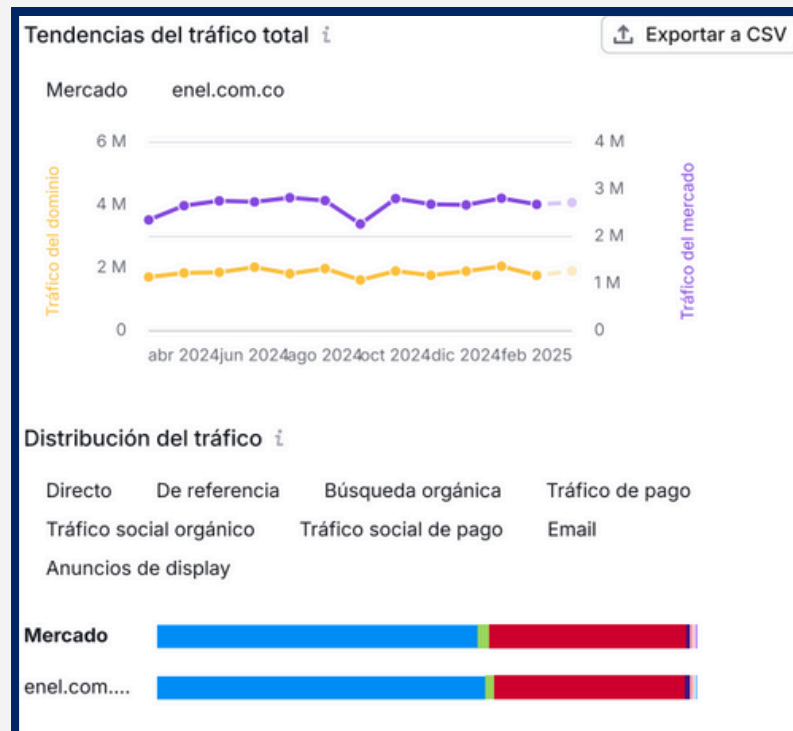


Entre 2023 y 2028, se espera que Enel Colombia, Celsia y Enel Green Power desempeñen roles clave en la transformación del sector energético colombiano, impulsando el crecimiento de las energías renovables y fortaleciendo la infraestructura eléctrica del país. Sin embargo, deberán enfrentar desafíos relacionados con el cambio climático y la interacción con las comunidades locales para asegurar un desarrollo sostenible y equitativo.

# TRÁFICO DIGITAL



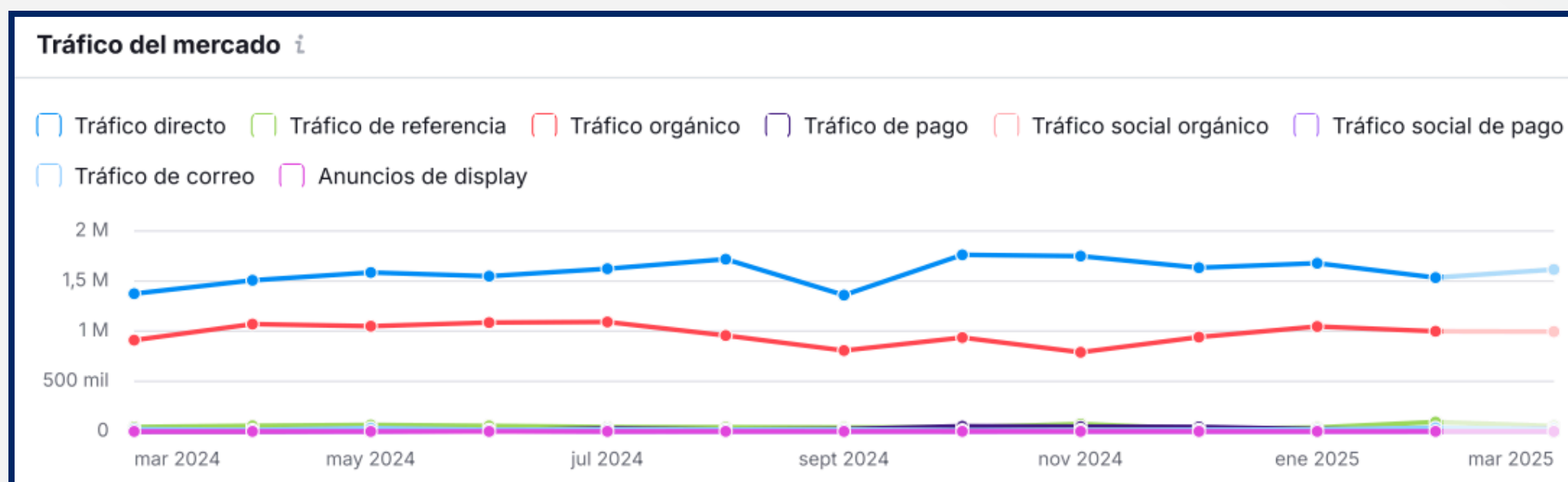
Universidad del  
**Rosario**



### Distribución geográfica del mercado

Principales países | Principales cambios

Países	Cu...de mercado	Tráfico	Cambios
Colombia	84,57 %	27,1 M	↑25,2 %
Estados Unidos	2,59 %	830,8 mil	↑16,65 %
Italia	2,52 %	806,2 mil	↓46,59 %
México	1,63 %	522 mil	↓86,76 %
India	1,42 %	454,7 mil	↑1 mil %



En septiembre de 2023, Enel Colombia y Celsia lideraron el mercado digital energético en Colombia, según datos de Semrush. Enel Colombia registró aproximadamente 1.51 millones de visitas mensuales, con tráfico equilibrado entre escritorio y móvil, mientras que Celsia alcanzó 625,920 visitas, con predominio del acceso desde dispositivos móviles (64.55%). En ambos casos, la fuente principal de tráfico fue directa, lo que indica un alto reconocimiento de marca. Sin embargo no se encontraron datos específicos para Enel Green Power.

# PRINCIPALES HALLAZGOS



## A DESTACAR

- En Colombia y Estados Unidos está en crecimiento el uso de energía renovable.
- El tráfico del mercado colombiano es alto (84.57%).
- La audiencia del mercado muestra interés desde temprana edad (18-34 años).



## BRECHAS

- El tráfico del mercado de AMGlobal es bajo comparado con sus competidores.
- El nivel de competencia con nuestros competidores es alto.
- Los ingresos por familia son bajos.
- El mayor interés del mercado se encuentra en un público con educación superior.

# TREND LISTENING



## Account-Based Marketing (ABM)

Crear estrategias personalizadas para atraer clientes clave con contenido y soluciones específicas en energía solar.



## Más contenido

La audiencia de AMGLOBAL busca información detallada sobre energía solar.



## Marketing de colaboración (B2C)

Uso de influencers ecológicos, empresas de construcción sostenible o incluso gobiernos locales para ampliar el alcance y credibilidad de la marca.



## La personalización no ha muerto (B2C)

Usar datos del usuario para ofrecer cotizaciones personalizadas, contenido ajustado a su ubicación y necesidades energéticas, mejorando la experiencia del cliente.



## +SEO -Social

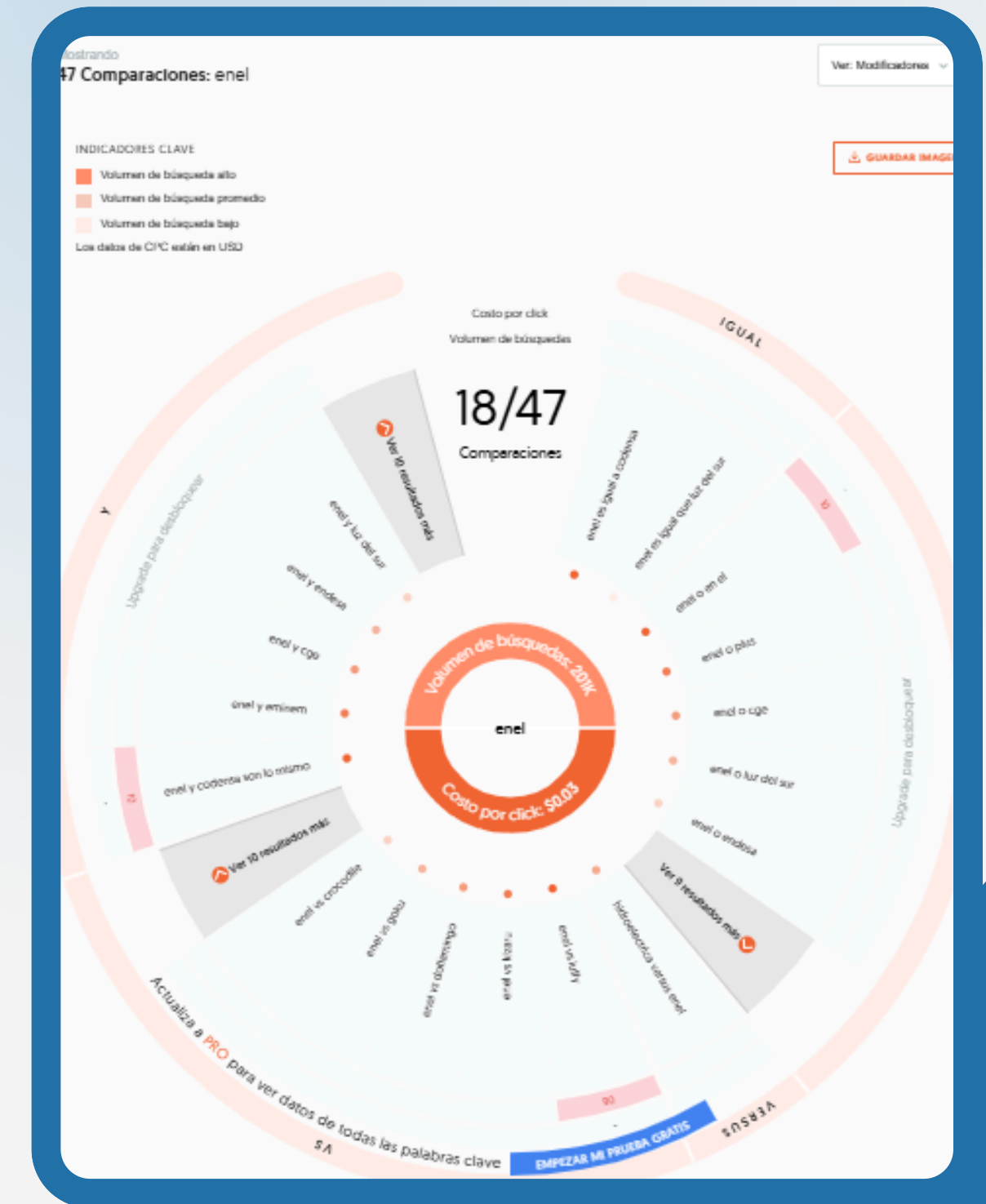
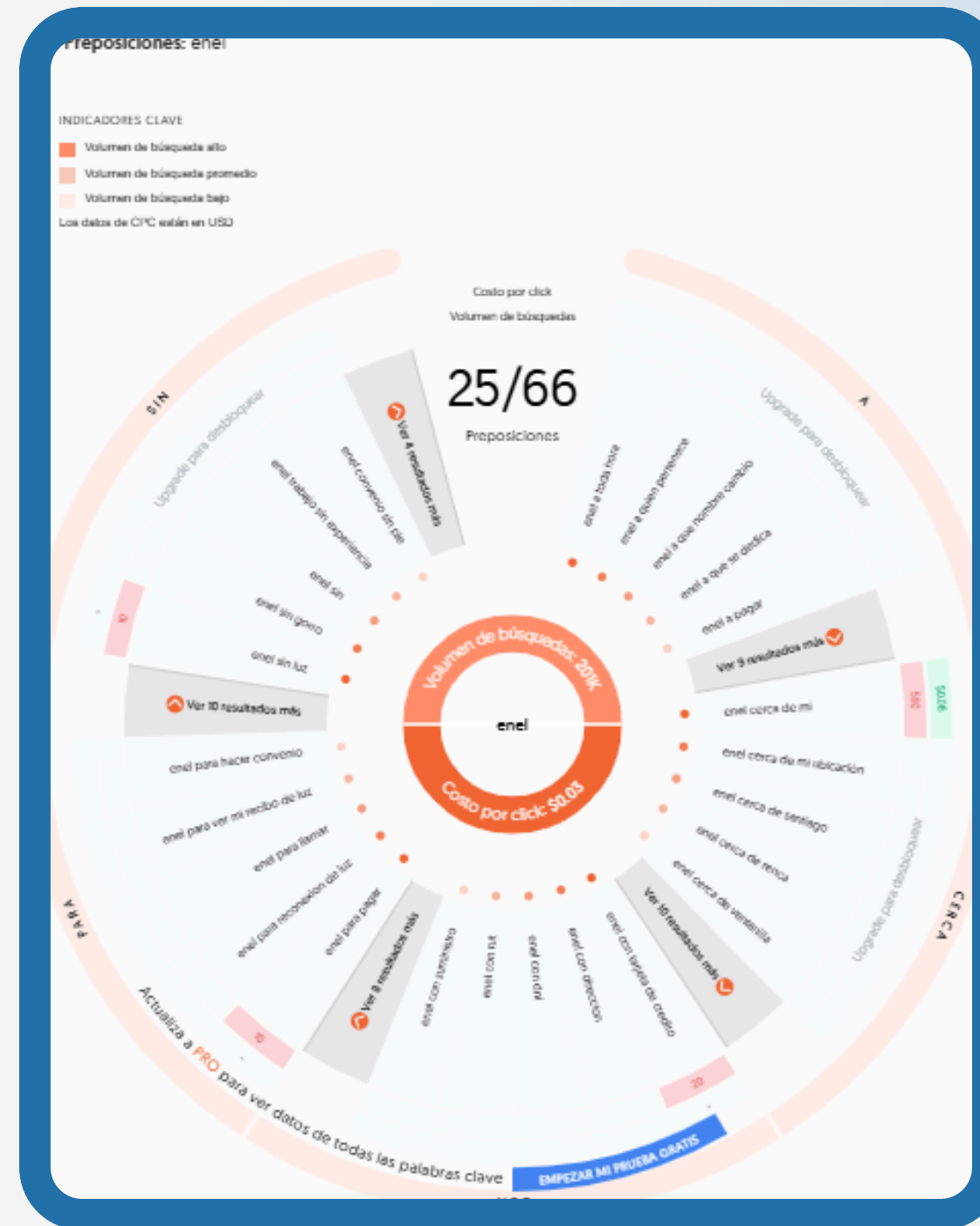
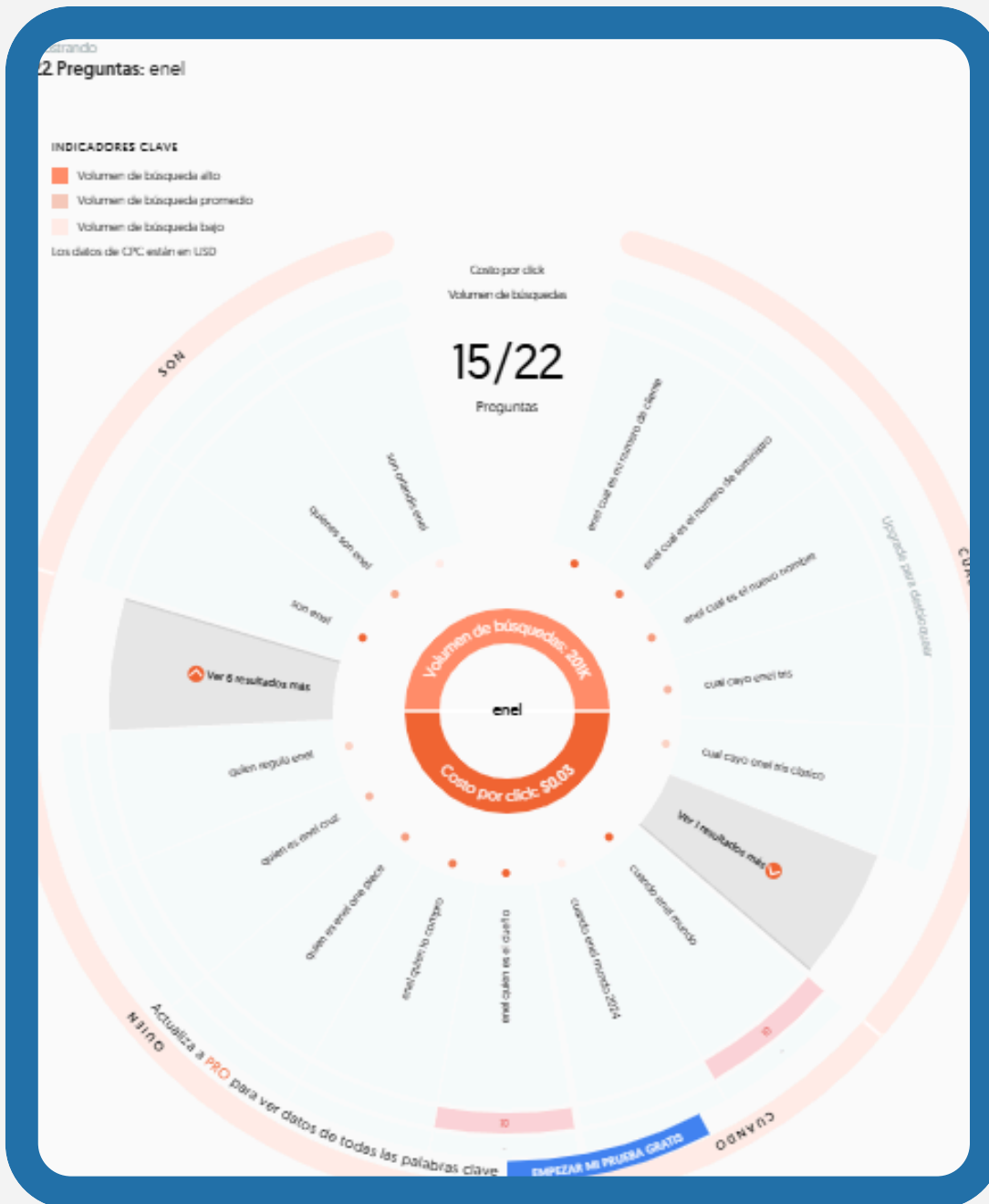
Optimización el sitio web con contenido de alto valor para mejorar el posicionamiento en Google, atrayendo clientes de calidad en lugar de depender únicamente de redes sociales.



## Email marketing en el podio

Implementa campañas de email con contenido educativo, ofertas exclusivas y seguimiento postventa para fidelizar clientes y generar nuevas oportunidades de negocio.

# DIGITAL SOCIAL LISTENING



# DIGITAL SOCIAL LISTENING



Universidad del  
**Rosario**

El análisis de palabras clave relacionadas con Enel en answerthepublic.com revela 1,735 términos asociados con potencial de optimización en estrategias de SEO y SEM. Algunas palabras clave destacadas incluyen:

- "Enel" con un volumen de búsqueda de 201K y un CPC de \$0.03, indicando una alta demanda con un bajo costo por clic.
- "Enel PSE" y "Pago Enel", términos vinculados a pagos en línea, reflejan una intención transaccional clave para la conversión.
- "Enel Codensa", que sigue siendo un término relevante pese a la transición de marca.

Mostrando  
**1735 Relacionadas: enel**

Palabra clave	Modificadores	Vol. búsquedas	CPC	Acción
enel	relacionadas	201K	\$0.03	⊖
enel pse	relacionadas	11K	\$0.03	⊖
enel codensa	relacionadas	11K	\$0.03	⊖
pago enel	relacionadas	11K	\$0.03	⊖
pago enel pse	relacionadas	11K	\$0.03	⊖

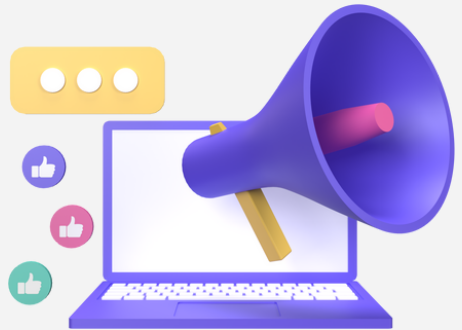
[Ver todos los 1730 resultados](#) ▾

Actualiza a **PRO** para ver todas las 1735 palabras clave [EMPEZAR MI PRUEBA GRATIS](#)

# ANALISIS DIGITAL LISTENING



Universidad del  
**Rosario**



El análisis de escucha digital es esencial para entender cómo los usuarios buscan información sobre energía solar y qué términos utilizan en sus consultas. Identificar frases relacionadas y expresiones clave permite a AMGLOBAL mejorar su posicionamiento SEO, optimizando su contenido para responder mejor a las necesidades del mercado.



se observa que los usuarios buscan información sobre pagos, servicios y gestión de facturas, lo que indica una alta intención transaccional. Para AMGLOBAL, esto sugiere que los clientes potenciales podrían estar buscando términos como: "Energía solar para empresas", "Paneles solares precio", "Pago instalación paneles solares", "Cotización energía solar", "Subsidios para paneles solares en Colombia"



Para mejorar el SEO, AMGLOBAL puede optimizar su contenido en torno a términos que reflejen la intención de compra o interés en energía solar, tales como: Consultas transaccionales, Consultas informativas, Consultas locales.



# SELECCIÓN DE COMPETIDORES



Green Power



enel



SOLTECH  
LTDA



**CELSIA**  
La energía que quieres

# BENCHMARKING WEBSITE



Universidad del Rosario

## Market Explorer: AM Global - U Rosario GMED 88

mar 2024 - feb 2025 Todo el mundo

Visión general **Audiencia** Análisis de la competencia Todos los dominios

### Dominios de tu lista 1-7 (7)

Solicitar un informe personalizado [Exportar a CSV](#)

Dominio	Total	Directo	De referencia	Búsqueda orgánica	Tráfico de pago
enel.com.co	22,3 M <span>↑3,05 %</span>	13,5 M <span>↓1,26 %</span>	364,2 mil <span>↑170,03 %</span>	7,9 M <span>↓0,19 %</span>	208,4 mil <span>↑936,41 %</span>
celsia.com	6,8 M <span>↑92,03 %</span>	4,4 M <span>↑91,36 %</span>	169,2 mil <span>↓25,44 %</span>	2,2 M <span>↑100,37 %</span>	34,9 mil <span>↑100 %</span>
enelgreenpower.com	2,8 M <span>↓25,66 %</span>	1,1 M <span>↓50,8 %</span>	82,9 mil <span>↑133,59 %</span>	1,6 M <span>↓17,93 %</span>	22,7 mil <span>↑100 %</span>
energiasolarsurya.c...	69,5 mil <span>↓82,04 %</span>	39 mil <span>↓99,64 %</span>	438 <span>↓98,92 %</span>	19 mil <span>↓65,83 %</span>	229 sin cambios
senergysol.com.co	55,6 mil <span>↑100 %</span>	52,7 mil sin cambios	230 sin cambios	2 mil <span>↑100 %</span>	285 sin cambios
soltechltda.com.co	2,5 mil <span>↑100 %</span>	1,5 mil <span>↑100 %</span>	0	1 mil <span>↑100 %</span>	0
amglobal.com... <span>Tú</span>	0	0	0	0	0

### Distribución del tráfico

Directo De referencia Búsqueda orgánica Tráfico de pago  
 Tráfico social orgáni... Tráfico social de pago Email  
 Anuncios de display



# ANALISIS BENCHMARKING WEBSITE



El tráfico web es un indicador clave del alcance y efectividad digital. Enel y Celsia lideran el sector con 22,3M y 6,8M de visitas, respectivamente, mientras que AMGLOBAL no registra tráfico en la plataforma analizada.

Los datos muestran que el tráfico directo es clave para consolidar una marca fuerte en el sector energético. Enel y Celsia tienen un alto reconocimiento de marca, impulsado por su presencia digital y campañas de fidelización.

AMGLOBAL tiene un gran potencial de crecimiento en el mercado digital. Sin embargo, para competir con empresas como Enel y Celsia, necesita implementar una estrategia de adquisición de tráfico, mejorar su branding y aprovechar tácticas de SEO y publicidad digital.



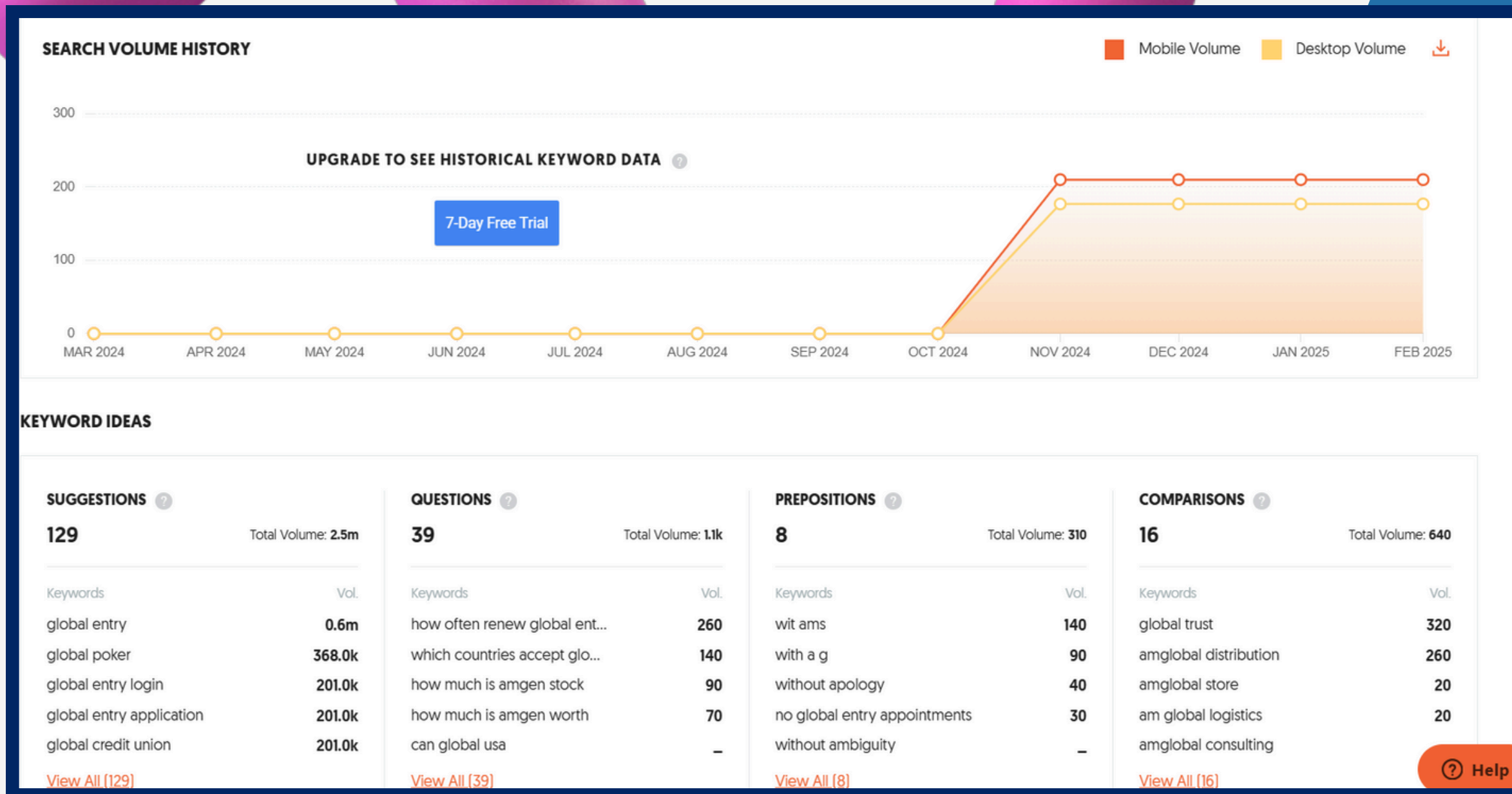
la gráfica confirma la importancia de un enfoque multicanal, y AMGLOBAL puede aprovechar estas tendencias para diseñar una estrategia sólida en redes sociales.



# PROBLEMAS SEO ON PAGE



AMGLOBAL presenta problemas en su estrategia SEO on-page, reflejados en la falta de tráfico antes de octubre de 2024 y en una posible optimización deficiente para dispositivos móviles. Además, su contenido no está alineado con palabras clave relevantes en el sector de energía solar, lo que limita su capacidad de atraer tráfico orgánico. Para mejorar su posicionamiento, debe optimizar su contenido con términos estratégicos, mejorar su estructura web y aplicar tácticas como link-building, optimización de metaetiquetas y aumento de la velocidad de carga.



# BENCHMARKING REDES SOCIALES



# ANALISIS BENCHMARKING REDES SOCIALES



La distribución en redes sociales de empresas del sector energético revela que Facebook y LinkedIn son las plataformas más utilizadas, mientras que Instagram y YouTube tienen una menor presencia. Esto sugiere que las estrategias digitales en este mercado están más orientadas al contenido corporativo y profesional, priorizando la generación de confianza y credibilidad. Además, Reddit y Twitter muestran una presencia mínima, lo que indica que no son redes clave para el sector o que su impacto es menor en la estrategia digital de estas empresas.

Comparando estos datos con AMGLOBAL, se observa una oportunidad para fortalecer su posicionamiento en redes sociales. Si bien el sector prioriza LinkedIn y Facebook, AMGLOBAL podría diferenciarse al aprovechar mejor plataformas como YouTube, donde los videos educativos y testimoniales pueden generar mayor conexión con clientes potenciales. Asimismo, Instagram, aunque menos utilizada por la competencia, podría servir para mostrar instalaciones, beneficios de la energía solar y contenido atractivo para usuarios interesados en energías renovables.



Para mejorar su estrategia digital, AMGLOBAL debería enfocarse en YouTube con videos explicativos sobre paneles solares y su instalación, esto ayudaría a captar clientes interesados en información detallada. Finalmente, Instagram podría servir como una herramienta visual poderosa para atraer a un público más amplio, diferenciándose de sus competidores y creando una comunidad digital más fuerte.



# REAL BUYER PERSONA B2C



Carlos Rodríguez

María Gómez

Andrés Ramírez

OBJETIVOS

Reducir costos operativos relacionados con el consumo de energía.

Hacer su casa más sostenible y amigable con el medio ambiente.

Disminuir la dependencia de combustibles fósiles.

CONOCIENTOS

Tiene experiencia en gestión de negocios y administración financiera.

Tiene conocimientos básicos sobre energías renovables.

Ha escuchado de colegas que han implementado paneles solares con éxito.

INTERÉS

Estrategias para mejorar la rentabilidad y sostenibilidad de su negocio.

Hogares sostenibles y tecnología ecológica.

Incentivos y financiamiento para la implementación de energía solar.

FUNTES DE INFORMACIÓN

Ferias y eventos de tecnología y sostenibilidad empresarial.

Sitios gubernamentales con información sobre incentivos para energías renovables.

YouTube y Facebook, donde sigue expertos del sector agrícola.

# BUYER PERSON REFREJA A LAS PERSONAS QUE PODRÍAN ESTAR INTERESADAS EN ADOPTAR SOLUCIONES SOLARES SE VALIDA CON EL DATA SET



**Buyer Persona:** Propietaria de la Casa con deseo de implementar energía solar

Nombre: Maria Gomez

Edad: 32 años

Estado civil: Casada, con hijos pequeños

**Ubicación:** Suburbios, áreas residenciales con mucho sol, en ciudades con incentivos fiscales para energía renovable.

Ocupación: Profesional en trabajo de educación

Nivel educativo: Título universitario o superior

Ingresos anuales: \$4.000.000- \$5.200,000

Tecnología: Alta adopción de tecnología, usa smartphones, aplicaciones y dispositivos inteligentes en su hogar.

## Objetivos:

Ahorro de energía: Quiere reducir las facturas de electricidad de su hogar.

Sostenibilidad: Se siente responsable con el medio ambiente y le interesa disminuir su huella de carbono.

Independencia energética: Busca una fuente de energía estable, sobre todo en lugares donde las interrupciones de energía son comunes.

Valor a largo plazo: Está dispuesta a hacer una inversión inicial por los beneficios a largo plazo.

## Desafíos:

Costo inicial: El costo inicial de la instalación solar es una barrera importante.

Falta de información: No tiene claro todo el proceso de instalación y los beneficios a largo plazo.

Mantenimiento y fiabilidad: Preocupación por el mantenimiento y la fiabilidad del sistema solar.

## Motivadores:

Incentivos fiscales y descuentos: Está buscando aprovechar las subvenciones o incentivos gubernamentales.

Ahorro de costos: La idea de reducir la factura mensual de electricidad a través de la energía solar es muy atractiva.

## Fuentes de Información:

Blogs sobre sostenibilidad y energía renovable.

Grupos en redes sociales relacionados con ecología y energía limpia.

Foros o webinars educativos sobre cómo instalar energía solar.

Recomendaciones de amigos y familiares que ya usan energía solar.

## Decisión de Compra:

Maria probablemente realizará una compra si recibe:

Asesoría gratuita: Una consulta para evaluar su consumo energético y explicar los beneficios.

Garantías: Seguridad en la fiabilidad de los paneles solares y el sistema en general.

Referencias o testimonios: Casos de otros usuarios satisfechos con la instalación solar.



# BUYER PERSON REFREJA A LAS PERSONAS QUE PODRÍAN ESTAR INTERESADAS EN ADOPTAR SOLUCIONES SOLARES.



## **Buyer Persona 2: "El Empresario Responsable"**

Nombre: Andres Rodriguez

Edad: 43 años

Estado civil: Casado, con hijos mayores

Ubicación: Zona industrial, en ciudades con fuerte presencia empresarial

Ocupación: Dueño de una pequeña o mediana empresa en el sector manufacturero, agrícola o comercio

Nivel educativo: Título universitario en negocios o ingeniería

Ingresos anuales: \$7.500.000 - \$8.00,000

Tecnología: Se interesa por la eficiencia energética para reducir costos operativos.

### **Objetivos:**

- 1.Reducción de costos operativos: Busca disminuir el consumo de energía para reducir los costos de operación.
- 2.Responsabilidad social corporativa: Quiere que su empresa se perciba como un líder en sostenibilidad.
- 3.Estabilidad y previsibilidad de los costos: Está buscando una fuente de energía más confiable y estable para su empresa.

### **Motivadores:**

- 1.Ahorro significativo en sus costos de energía a largo plazo.
- 2.Beneficios fiscales y posibles incentivos para negocios que inviertan en energías renovables.
- 3.Reputación: Proyectar una imagen de empresa moderna y responsable.
- 4.Eficiencia operativa: Implementar sistemas más eficientes que mejoren la rentabilidad.

### **Decisión de Compra:**

Andres se inclinará por la compra

- 1.Ahorro garantizado en sus costos a largo plazo.
- 2.Estudios de caso sobre empresas similares que ya han instalado energía solar y han logrado ahorrar.
- 3.Soluciones de financiamiento que le permitan hacer la inversión inicial de manera escalonada o con incentivos.

### **Desafíos:**

- 1.Costos de instalación: Preocupación por el desembolso inicial para la instalación.
- 2.Interrupciones en la operación: Necesita una instalación que no interfiera con su producción o el funcionamiento normal de la empresa.

### **Fuentes de Información:**

- Asociaciones empresariales que promueven el uso de energías renovables.
- Consultores en energía que ayudan a empresas a optimizar sus gastos.
- Testimonios de otras empresas en su misma industria que han implementado energía solar.



# TAMAÑO DE MERCADO DIGITAL



## Market Explorer: AM Global - U Rosario GMED 88

mar 2024 - feb 2025 Todo el mundo

Visión general Audiencia Análisis de la competencia Todos los dominios

### Visión general del mercado

#### Consolidación en el mercado

Nivel moderado-alto de consolidación en el mercado.

Bajo

Alto

Jugadores clave	Cuota de mer...
enel.com.c	69,52 %
celsia.com	21,33 %
enelgreenpower.com	8,76 %

Ver detalles

#### Dominios del mercado

6/7

#### Tráfico del mercado

32 M ↑14,01 %

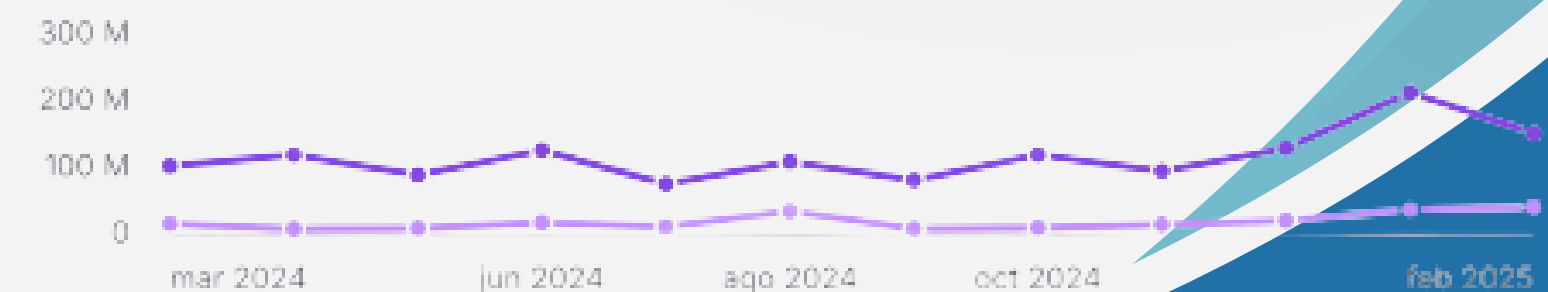
#### Coste del tráfico del mercado

\$4,2 M ↓15,85 %

#### Tamaño del mercado

Mercado total disponible (TAM)

Mercado disponible útil (SAM)



# ANÁLISIS Y RECOMENDACIONES



Universidad del  
**Rosario**

- AMGLOBAL opera en el sector de energías renovables, donde la diferenciación es clave. Sin embargo, la innovación en este campo no siempre es evidente para los clientes potenciales, ya que muchos aún perciben los paneles solares como costosos o difíciles de implementar.
- Debe optimizar su presencia digital para mejorar la captación de leads y su conversión en clientes. La competencia está aprovechando el tráfico orgánico y pago para atraer a su audiencia, mientras que AMGLOBAL tiene una presencia mínima en los buscadores.
- La competencia ya está generando contenido de valor y educando al mercado, mientras que AMGLOBAL necesita consolidar su autoridad en el sector de energías renovables.
- El mercado de AMGLOBAL abarca diferentes segmentos (empresas, hogares, fincas agropecuarias), por lo que un contenido genérico no será efectivo.
- Los datos muestran que AMGLOBAL no está bien posicionado en Google, mientras que competidores como Enel y Celsia han fortalecido su tráfico orgánico.

# EL DESTINO DIGITAL

Posicionar a AMGlobal como referente aumentando audiencia, generación de Leads y conversiones mediante contenido optimizado, segmentación efectiva y mejora digital.



# RUTA ESTRATÉGICA



## SEO ONPAGE



Mejorar el SEO on-page del sitio web para aumentar visibilidad, tráfico orgánico, experiencia del usuario, conversiones, relevancia y posicionamiento.

## VISIBILIDAD



Logar atraer más clientes, fortalecer la marca, generar confianza, aumentar tráfico, engagement y conversiones.

## INTERACCIÓN



Para retener usuarios, aumentar conversiones, optimizar experiencia, fomentar engagement, generar confianza y mejorar posicionamiento.

## LEADS



Ofrece e-books gratuito, usando anuncios con formularios rápidos y captura datos con chatbots para generar leads en energía solar.



# On-Page



Universidad del  
**Rosario**

KR Q1:  $\geq 1.000$  visitas

## TÁCTICA

## PLATAFORMA

## KR MENSUAL



### Velocidad y Experiencia de Usuario

Reducir los tiempos de carga optimizando imágenes, código y servidor para mejorar la experiencia del usuario.

- Google PageSpeed Insights
- GTmetrix
- Cloudflare o WP Rocket
- TinyPNG / ImageOptim

Tiempo de carga reducido a 2.5 segundos en toda la web.



### Optimización de Contenidos

Mejorar títulos, metadescripciones, encabezados y estructura de los artículos del blog con palabras clave relevantes para posicionamiento.

- Google Search Console
- SEMrush / Ahrefs
- (WordPress) o Rank Math

15 nuevas publicaciones



### Estrategia de Enlaces Internos

Crear y mejorar enlaces internos entre páginas y blogs para aumentar el tiempo de permanencia y la indexación.

- Screaming Frog SEO Spider
- Google Analytics /
- Google Search Console
- Internal Link Juicer (WordPress)

10 nuevos enlaces internos creados estratégicamente.



# VISIBILIDAD



Universidad del  
**Rosario**

KR Q1:  $\geq$  1.380 nuevos seguidores

## TÁCTICA

## PLATAFORMA

## KR MENSUAL

### Campaña de Meta Ads

Combinar contenido atractivo, sorteos virales y campañas de publicidad pagada para atraer y fidelizar seguidores.



250 Nuevos seguidores

### Alianzas con Microinfluencers

Colaboración con microinfluencers del sector ambiental, tecnológico o de estilo de vida sostenible que recomienden a AMGLOBAL en sus historias, reels o publicaciones.



250 Nuevos seguidores

### Calendario de Publicaciones Relevantes

Crear y mantener un calendario de contenido basado en fechas clave, tendencias del sector, casos de éxito y consejos prácticos sobre energía solar.



500 Nuevos seguidores



# VISIBILIDAD



Universidad del  
**Rosario**

KR Q1:  $\geq$  1.380 nuevos seguidores

## TÁCTICA

## PLATAFORMA

## KR MENSUAL

### Energía en movimiento

Crear contenido visual dinámico (historias, reels y videos cortos) que muestre instalaciones reales, beneficios de los paneles solares, testimonios, detrás de cámaras.



150 Nuevos seguidores

### Activaciones Digitales Geolocalizadas

Implementar campañas de visibilidad segmentadas por zonas geográficas de alto potencial utilizando imágenes reales y llamados a la acción personalizados.



100 Nuevos seguidores

### Participación en Conversaciones del Sector

Interactuar activamente en grupos, páginas, comentarios o hashtags relacionados con sostenibilidad, energía renovable y medio ambiente, posicionando a AMGLOBAL como una marca experta.



130 Nuevos seguidores



# INTERACCIONES



KR Q1:  $\geq$  5.300 interacciones

## TÁCTICA

## PLATAFORMA

## KR MENSUAL

### Educación sobre Energía Solar

Publicación de contenido educativo en formato de sobre los beneficios y el ahorro de la energía solar.



5,000 interacciones

### Encuesta Interactiva

Publicación de una encuesta para medir el interés del público en soluciones solares y recopilar datos.



500 respuestas

### Testimonios

Publicación de un video testimonial de un cliente destacando su ahorro y experiencia con AMGLOBAL.



3,000 vistas y 300 interacciones.



# INTERACCIONES

KR Q1:  $\geq 5.300$   
interacciones

## TÁCTICA

## PLATAFORMA

## KR MENSUAL

### Webinar AMGLOBAL

Organizar un webinar online donde se expliquen los beneficios de la energía solar para negocios y se ofrezca un descuento especial.



100 asistentes registrados.

### Concurso

Concurso en el que los participantes etiqueten a dos amigos y compartan la publicación para ganar una auditoría energética gratuita.



1,000 participaciones

### Desafío AMGLOBAL

Lanzar un reto donde los seguidores intenten pasar un día sin usar energía de la red eléctrica y compartan su experiencia en redes con el hashtag #DesafíoAMGLOBAL.



300 publicaciones con el hashtag y 5,000 interacciones totales.



# LEADS



KR Q1: 130 LEADS

## TÁCTICA

## PLATAFORMA

## KR MENSUAL

### Ahorro con AMGLOBAL

ofrecer una guía descargable con información clave sobre el ahorro de energía y beneficios de la energía solar



60 descargas mensuales

### Calculadora de Ahorro

Desarrollar una herramienta donde los usuarios ingresen su consumo eléctrico y obtengan una estimación de cuánto ahorrarían con AMGLOBAL



500 simulaciones completadas Q1

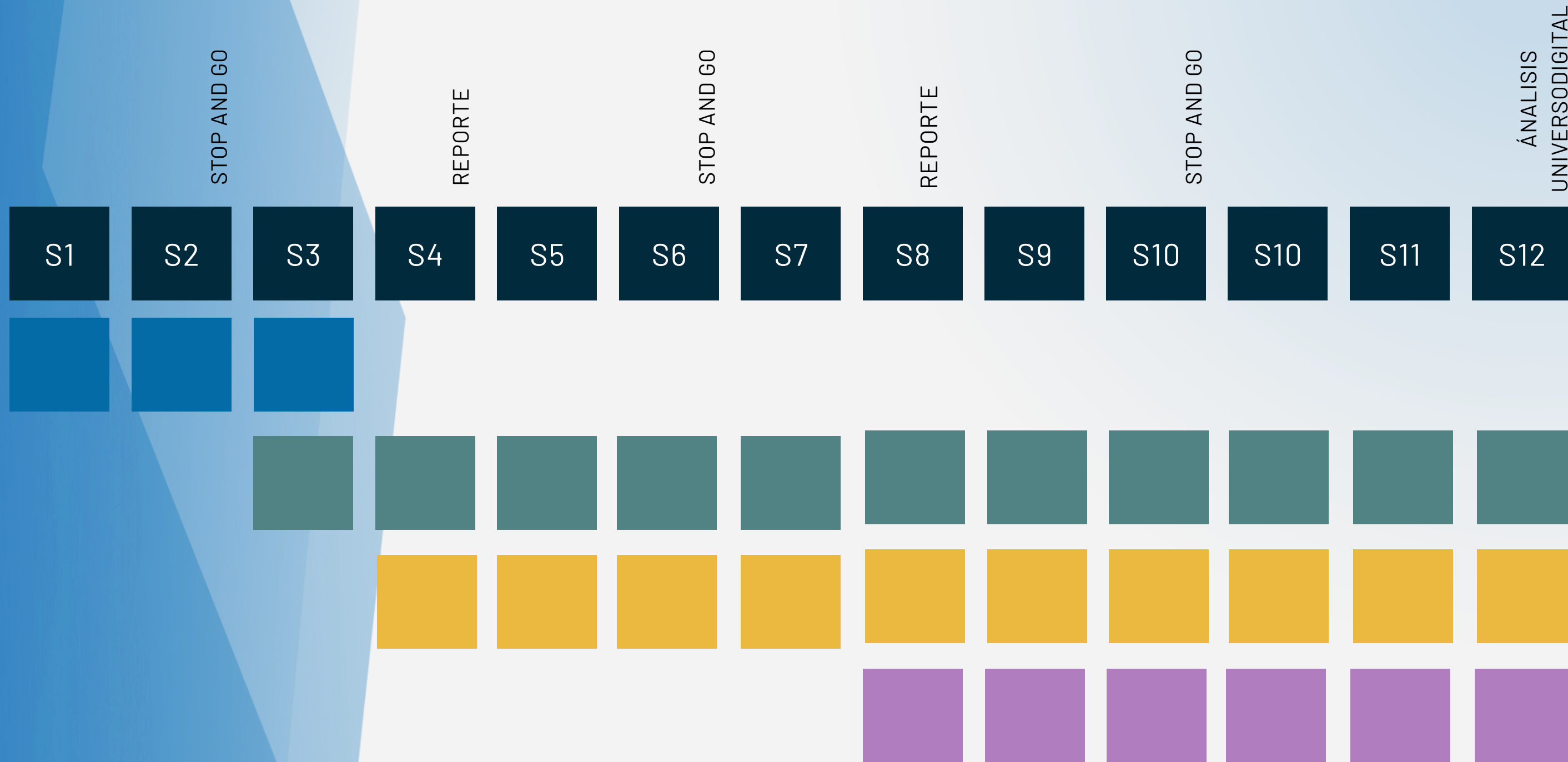
### Energía verde

Colaborar con influencers del sector ambiental y tecnológico para que compartan su experiencia con la energía solar



10.000 visualizaciones y 500 leads generados

# TIMING PRIMER Q



- SEO ONPAGE
- VISIBILIDAD
- INTERACCION
- LEADS

# PRESUPUESTO Q1



**\$ 1.500.000**

**SEO On - Page**  
1.000 Visualizaciones

**\$ 1.500.000**

**INTERACCIONES**  
5.300 Seguidores

**\$ 7.500.000**

**VISIBILIDAD**  
1.380 Seguidores

**\$ 1.500.000**

**LEADS**  
130 LEADS

**TOTAL PRESUPUESTO**  
**\$ 13.000.000 COP**

# IMPACTO ESPERADO



**01**

Mayor tráfico desde redes sociales mejora posicionamiento en buscadores y autoridad del sitio web.

**02**

Contenido educativo y colaboraciones posicionan a AMGLOBAL como experto en energía solar.

**03**

Campañas y retargeting aumentan visitas calificadas, generando más oportunidades de negocio.

**04**

Testimonios, contenido educativo e interacción fortalecen confianza y conexión con la audiencia.

**05**

Alianzas con influencers y expertos amplían alcance y credibilidad en el sector energético.

**06**

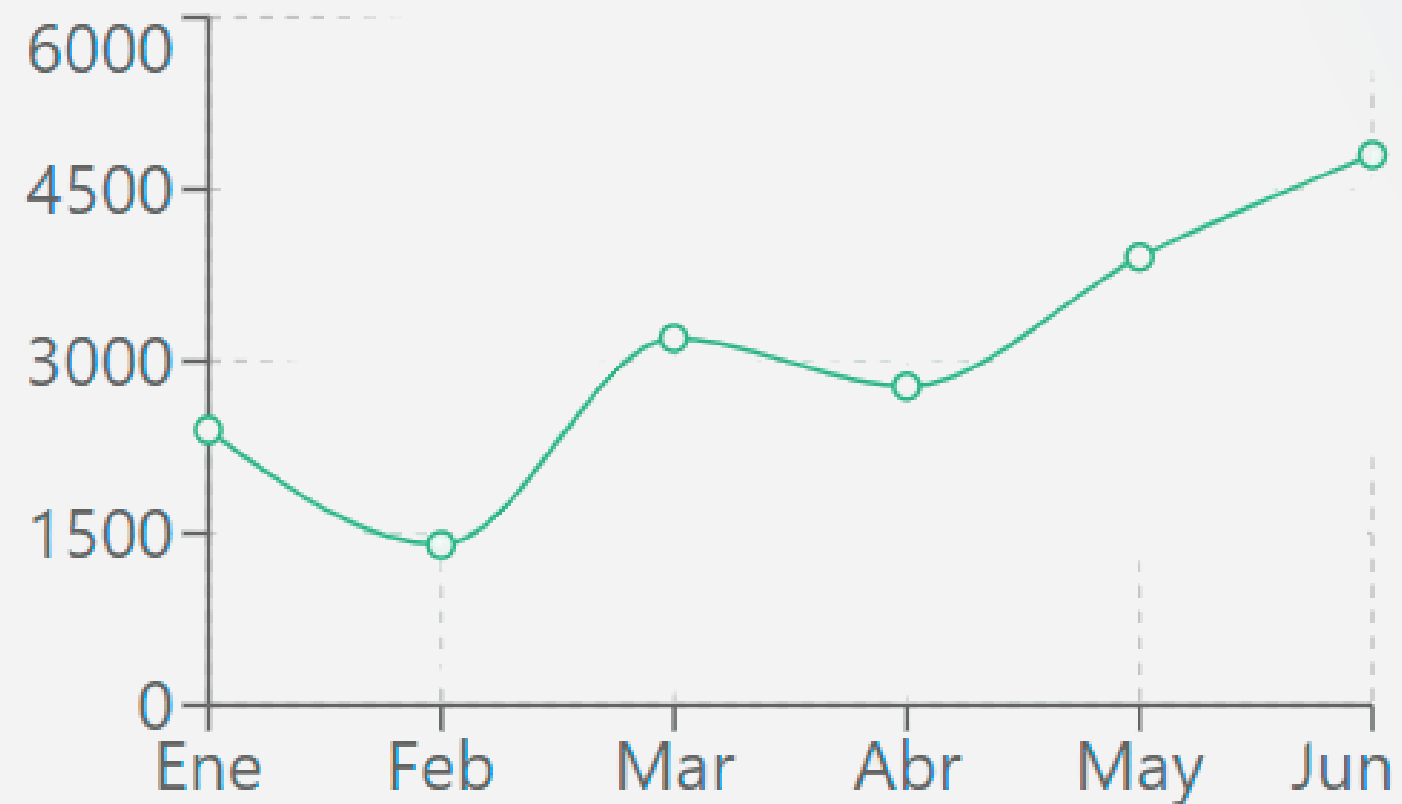
Estrategia sostenible que consolida comunidad, demanda y liderazgo en energía solar para el futuro.

# GENERACIÓN DE DASHBOARD



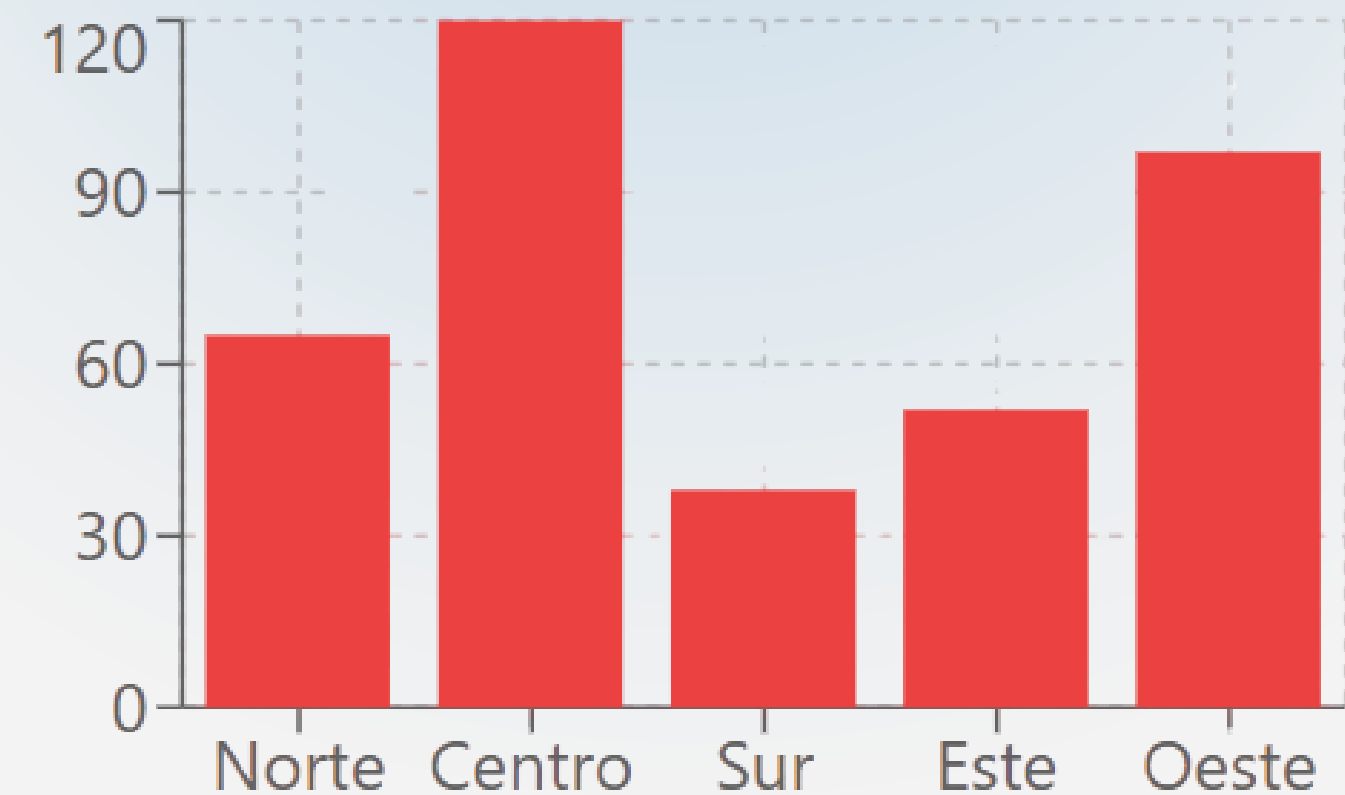
Universidad del  
**Rosario**

## 📊 Energía en Movimiento



Tendencia positiva: +23% respecto al trimestre anterior

## 📍 Activaciones Geolocalizadas



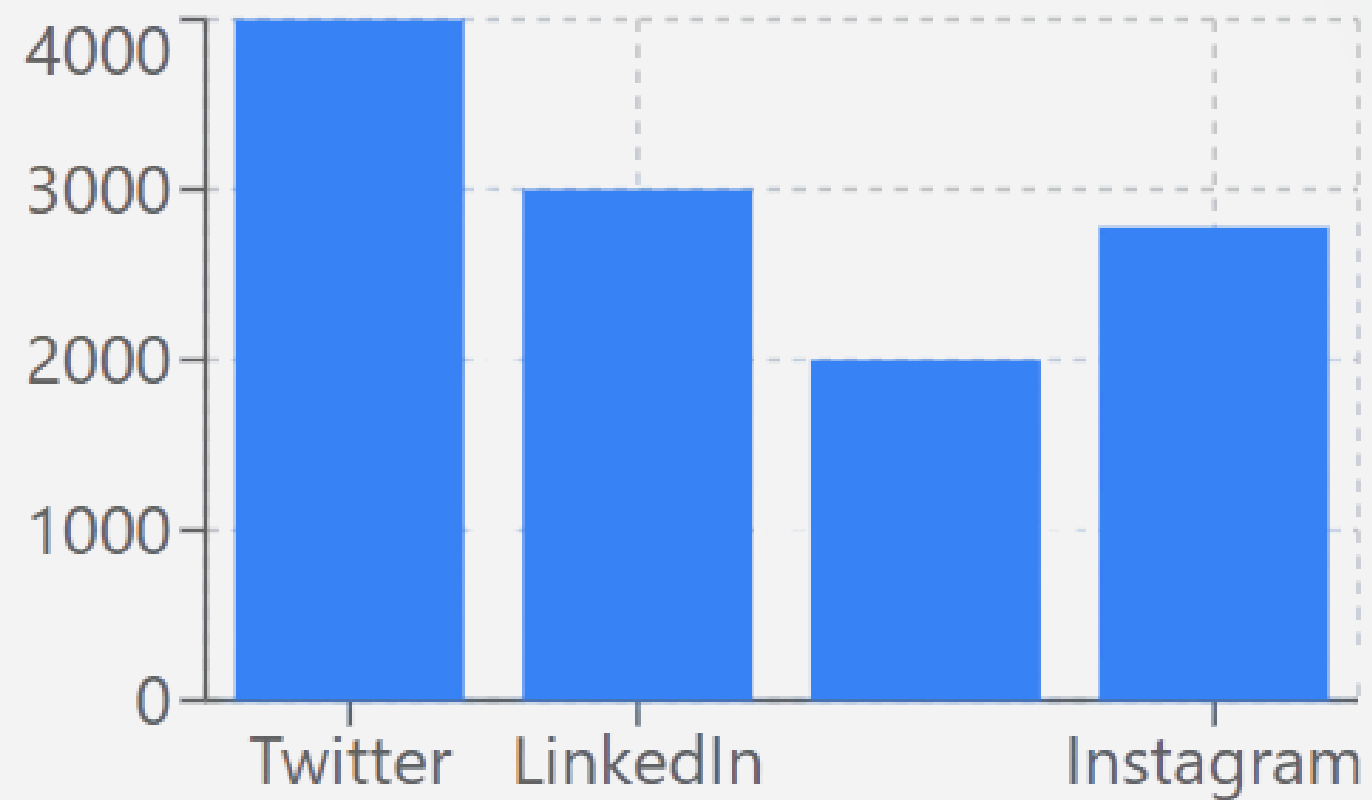
Mayor concentración en región Centro

# GENERACIÓN DE DASHBOARD



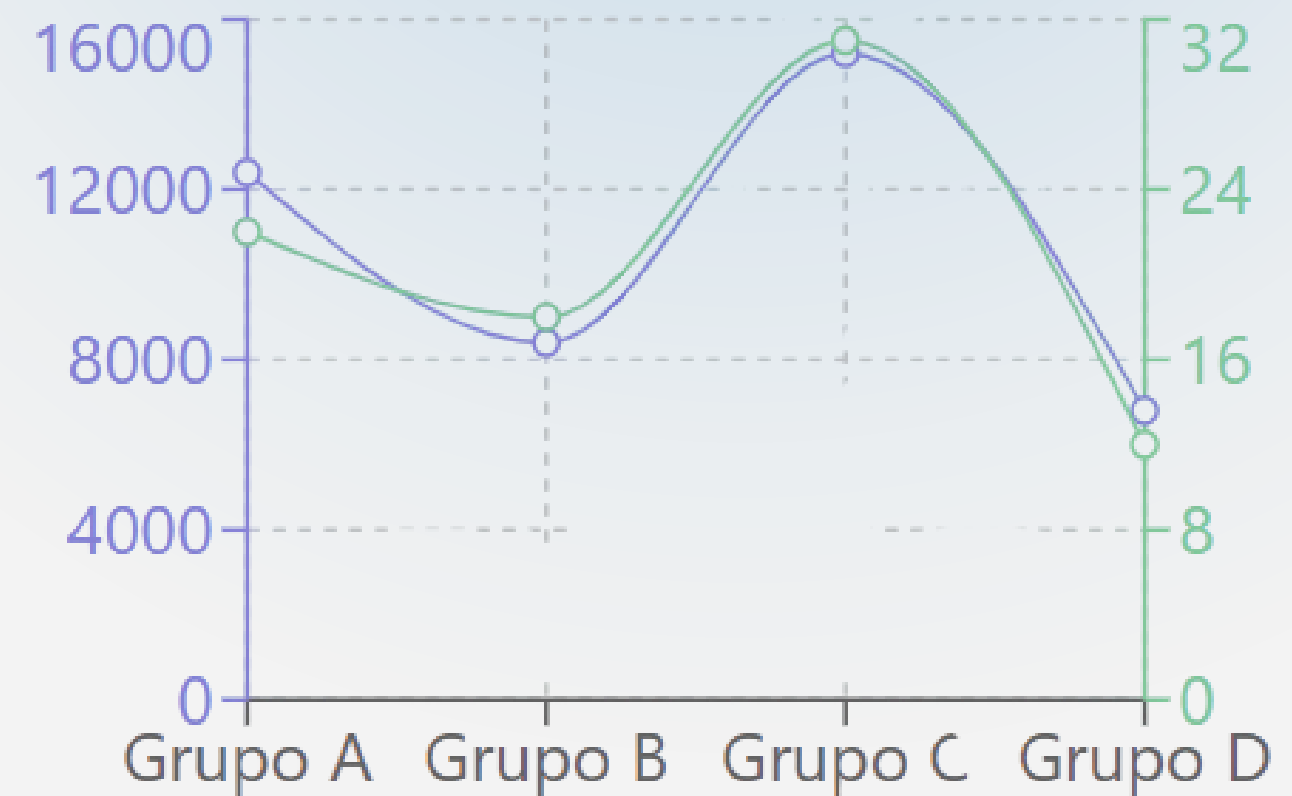
Universidad del  
**Rosario**

## Conversaciones del Sector



Twitter lidera con 4000 interacciones

## Microinfluencers



Grupo C muestra el mejor engagement: 31%

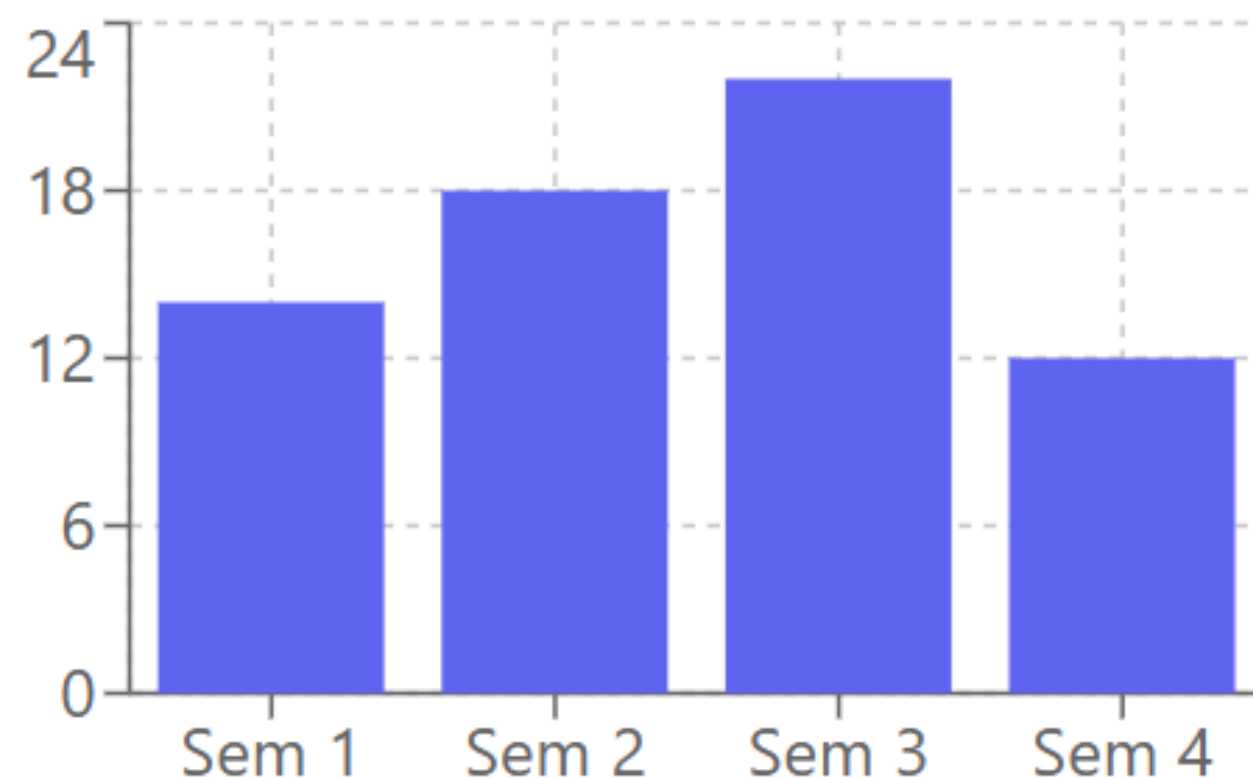
# GENERACIÓN DE DASHBOARD



Universidad del  
**Rosario**



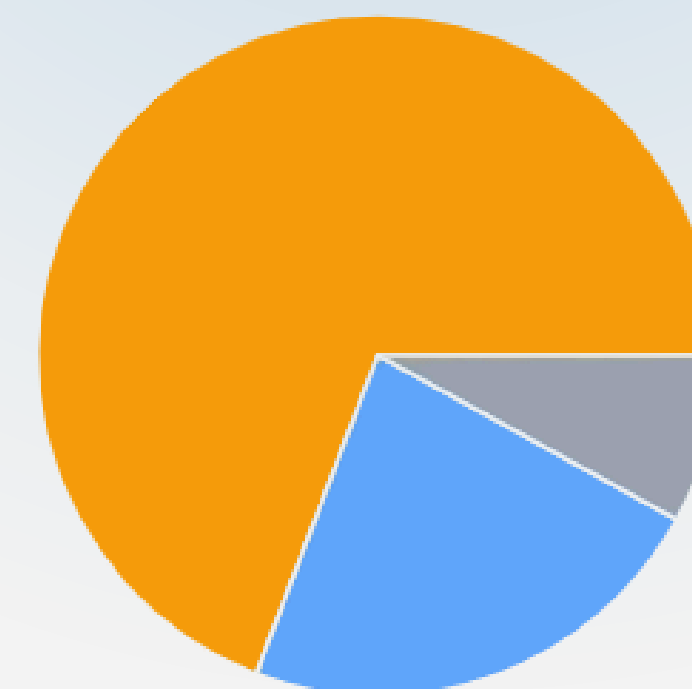
## Calendario de Publicaciones



Semana 3 tuvo mayor actividad editorial



## Educación Energía Solar



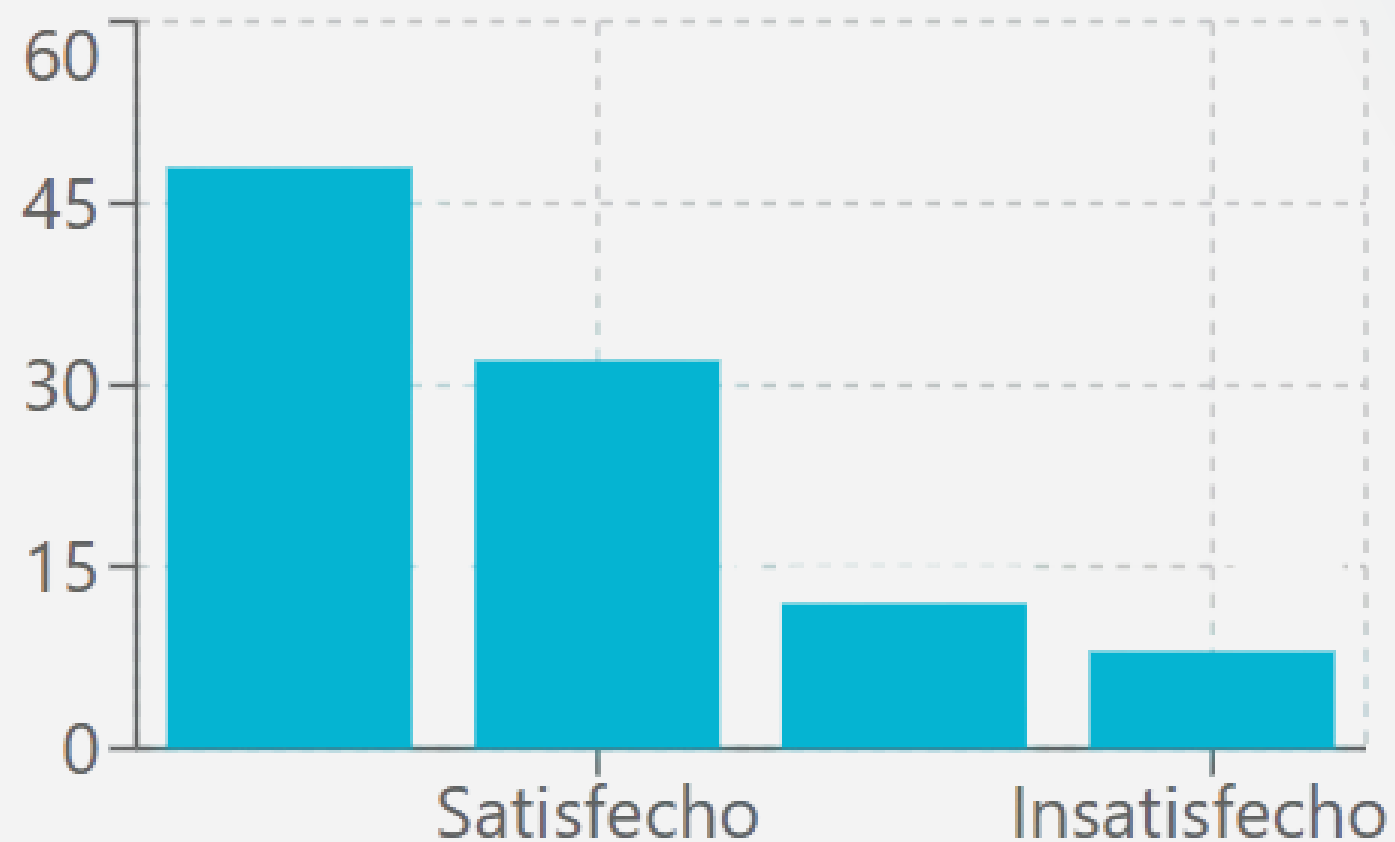
69% de usuarios completaron los módulos

# GENERACIÓN DE DASHBOARD



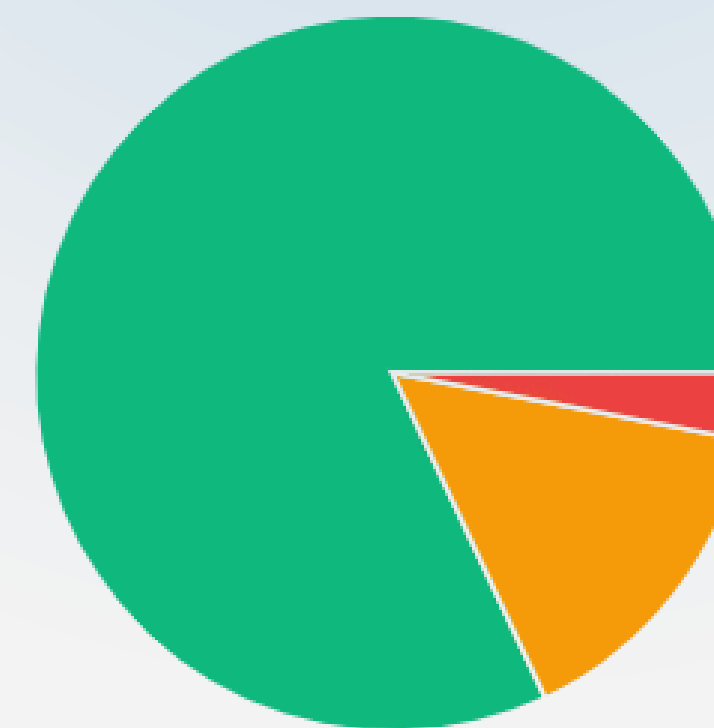
Universidad del  
**Rosario**

## Encuesta Interactiva



80% reporta satisfacción con los servicios

## Testimonios



82% de testimonios son positivos

# GENERACIÓN DE DASHBOARD



Universidad del  
**Rosario**

## Webinar AMGLOBAL

Registrados

**450**

Asistentes

**312**

Satisfacción

**87%**

Leads

**124**

Tasa de asistencia: 69%

## Concurso

Participantes

**634**

Interacciones

**1872**

Tasa de conversión

**22%**

Promedio: 2.9 interacciones por participante

## Desafío AMGLOBAL

Equipos

**78**

Completados

**52**

En progreso

**26**

Tasa de finalización: 67%

## Ahorro con AMGLOBAL

Promedio kWh

**380**

Ahorro (\$)

**\$850**

Clientes ahorrando

**1240**

Incremento del 15% en ahorro respecto al mes anterior

## Calculadora de Ahorro

Usos totales

**3760**

Conversiones

**682**

Tasa de conversión

**18.1%**

18.1% de usuarios solicitan más información

## Energía Verde

Producción (kWh)

**12750**

Reducción CO2 (kg)

**8425**

Equivalencia en árboles

**423**

Impacto ambiental positivo en aumento: +12% mensual

# ÁREAS DE MEJORA



Universidad del  
**Rosario**

## Activaciones Geolocalizadas

La región Sur muestra un rendimiento significativamente menor con solo 38 activaciones. Recomendamos una campaña focalizada para incrementar la presencia en esta región.

## Educación sobre Energía Solar

Existe un 8% de usuarios (100) que no han iniciado los módulos educativos. Una estrategia de recordatorios y beneficios por completar la capacitación podría reducir este número.

## Webinar AMGLOBAL

La tasa de asistencia del 69% está por debajo del objetivo del 75%. Recomendamos mejorar las estrategias de recordatorios previos al evento y ofrecer incentivos por asistencia.

## Calculadora de Ahorro

La tasa de conversión del 18.1% podría mejorarse optimizando la interfaz de usuario y añadiendo testimonios estratégicamente ubicados dentro de la herramienta.

## Oportunidad de Crecimiento

El Grupo C de microinfluencers muestra resultados excepcionales. Recomendamos analizar sus estrategias para replicarlas con los demás grupos.

## Priorización de Acciones

1. Campaña focalizada para región Sur (corto plazo)
2. Optimización de la experiencia del Webinar (mediano plazo)
3. Rediseño del flujo de la Calculadora de Ahorro (mediano plazo)
4. Estrategia de incentivos para módulos educativos (largo plazo)
5. Expansión del programa de microinfluencers basado en Grupo C (largo plazo)

# SOSTENIBILIDAD FINANCIERA



## Estado Financiero

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Total Venta Bruta</b>	5.773.094.984	5.505.144.077	6.768.258.432	7.286.933.216	8.477.861.124
<b>Devoluciones y descuentos (%)</b>	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%
<b>Total Devoluciones y Descuentos</b>	1.154.618.997	1.101.028.815	1.353.651.686	1.457.386.643	1.695.572.225
<b>Total Venta Neta</b>	4.618.475.987	4.404.115.262	5.414.606.746	5.829.546.573	6.782.288.899
<b>Costo de Ventas</b>	518.732.308	545.706.388	568.080.350	585.122.760	602.676.443
<b>Utilidad Bruta</b>	4.099.743.679	3.858.408.874	4.846.526.396	5.244.423.812	6.179.612.456
<b>Margen Bruto</b>	89%	88%	90%	90%	91%
<b>Gastos Administrativos</b>	8.016.000	8.432.832	8.778.578	9.041.935	9.313.194
<b>Gastos de Ventas</b>	87.400.000	91.944.800	95.714.537	98.585.973	101.543.552
<b>Presupuesto de Mercadeo</b>	32.400.000	34.084.800	35.482.277	36.546.745	37.643.147
<b>Utilidad Operacional - Ebit</b>	3.971.927.679	3.723.946.442	4.706.551.004	5.100.249.159	6.031.112.563
<b>Mergen Ebit</b>	86%	85%	87%	87%	89%

# SOSTENIBILIDAD FINANCIERA



## Analisis Vertical

Análisis Vertical	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de Ventas	11%	12%	10%	10%	9%
<b>Utilidad Bruta</b>	89%	88%	90%	90%	91%
<b>Margen Bruto</b>	0%	0%	0%	0%	0%
Gastos Administrativos	0%	0%	0%	0%	0%
Gastos de Ventas	2%	2%	2%	2%	1%
Presupuesto de Mercadeo	1%	1%	1%	1%	1%
<b>Utilidad Operacional - Ebit</b>	86%	85%	87%	87%	89%
Mergen Ebit	0%	0%	0%	0%	0%

# SOSTENIBILIDAD FINANCIERA



## Analisis Horizontal

Análisis Horizontal			
Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-5%	23%	8%	16%
0%	0%	0%	0%
-5%	23%	8%	16%
-5%	23%	8%	16%
5%	4%	3%	3%
-6%	26%	8%	18%
-1%	2%	1%	1%
5%	4%	3%	3%
5%	4%	3%	3%
5%	4%	3%	3%
-6%	26%	8%	18%
-2%	3%	1%	2%

# COMENTARIOS ESTADOS FINANCIEROS



## Desempeño Financiero y Crecimiento de Ingresos

AMGlobal ha mostrado un crecimiento sostenido en sus ingresos, impulsado por el aumento en la demanda de soluciones energéticas renovables. La empresa ha logrado expandir su presencia en los alrededores de Colombia, incluyendo Girardot, Flanders, La Mesa, ofreciendo sistemas solares tanto residenciales como comerciales.

## Estrategia Comercial y Marketing

La compañía ha invertido significativamente en estrategias de marketing digital y promoción en redes sociales, con el objetivo de aumentar su visibilidad y atraer a nuevos clientes. Estas iniciativas han contribuido a una mayor captación de proyectos y a una ampliación de su base de clientes.

## Eficiencia Operativa y Costos

AMGlobal Solar ha implementado mejoras en sus procesos operativos, lo que ha permitido optimizar los costos asociados a la instalación y mantenimiento de los sistemas solares. Sin embargo, es importante monitorear la evolución de los costos de adquisición de equipos y materiales, dado que las fluctuaciones en el mercado pueden impactar los márgenes de ganancia.

# COMENTARIOS ESTADOS FINANCIEROS



## Liquidez y Solidez Financiera

La empresa mantiene una posición de liquidez adecuada, respaldada por una estructura financiera que combina recursos propios y financiamiento externo. Es esencial que AMGlobal Solar continúe gestionando eficientemente su capital de trabajo para asegurar la continuidad de sus operaciones y la capacidad de inversión en nuevos proyectos.



## Perspectivas y Oportunidades

El mercado de la energía solar en Colombia presenta un panorama favorable, impulsado por políticas gubernamentales que promueven el uso de energías renovables y la creciente conciencia ambiental de la población. AMGlobal Solar está bien posicionada para aprovechar estas oportunidades, expandiendo su oferta de productos y servicios, y consolidando su presencia en el sector.

# CONCLUSIONES



Desarrollar este proyecto integrador para AMGLOBAL ha sido una experiencia profundamente enriquecedora tanto a nivel académico como profesional. La empresa, dedicada a la comercialización de sistemas de energía solar, representa un ejemplo claro de cómo la sostenibilidad y la innovación pueden alinearse con las necesidades de los consumidores modernos.

Durante el análisis del entorno y de las acciones actuales de la empresa, fue evidente que AMGLOBAL tiene un propósito sólido y alineado con tendencias globales: la transición energética. Sin embargo, este propósito no siempre ha sido comunicado de forma estratégica al público objetivo. Este proyecto permitió diseñar una propuesta clara de valor que transmite no solo el producto, sino la filosofía de vida que implica optar por energías limpias.



Uno de los hallazgos más importantes fue comprender al detalle quién es el cliente ideal de AMGLOBAL y cuáles son sus verdaderas preocupaciones. El proyecto permitió identificar frustraciones funcionales, como el desconocimiento técnico, y frustraciones emocionales, como el miedo a invertir en algo que no entienden completamente. Este conocimiento fue el punto de partida para estructurar una estrategia de comunicación clara, empática y centrada en soluciones.

A partir de la realidad de AMGLOBAL y sus oportunidades de crecimiento, se diseñó una estrategia de marketing digital que no solo busca atraer nuevos clientes, sino también educar al mercado, construir comunidad y generar confianza. Desde el fortalecimiento del sitio web con contenido SEO optimizado, hasta el uso de redes sociales con enfoque educativo, cada acción busca resultados sostenibles en el tiempo, más allá de las métricas superficiales.



Una de las decisiones más valiosas fue incluir el soporte operativo en terreno dentro del modelo de atención a PQRs. Esta acción, aunque puede parecer operativa, tiene un alto impacto en marketing: reduce la percepción de riesgo, fortalece la relación postventa y convierte a los clientes en embajadores de marca por medio del boca a boca positivo.

El análisis también permitió identificar mercados alternos con alto potencial: desde hogares en zonas rurales hasta instituciones educativas, pasando por pequeñas industrias que buscan reducir sus costos energéticos. La creación de alianzas con entidades gubernamentales o constructoras se plantea como un paso estratégico para ampliar el alcance de la marca sin comprometer su identidad.



Uno de los pilares fundamentales identificados en el desarrollo del proyecto fue la necesidad de implementar una cultura organizacional basada en la medición y análisis de resultados. En un entorno competitivo y cambiante como el de las energías renovables, contar con indicadores clave (KPIs) permite no solo evaluar el impacto de las estrategias de marketing digital, sino también optimizar recursos, mejorar la toma de decisiones y anticiparse a cambios en la demanda o en el comportamiento del cliente.



Se abordó el concepto de sostenibilidad financiera del proyecto, entendida como la capacidad de AMGLOBAL para crecer de manera rentable y sostenida en el tiempo. La estrategia planteada no se limita a generar visibilidad o aumentar contactos, sino que está pensada para garantizar retornos reales mediante la captación de clientes calificados, el incremento del ticket promedio por venta, y la fidelización a través de un servicio posventa robusto. Esto no solo asegura un flujo de ingresos constante, sino que reduce los costos de adquisición de clientes a mediano plazo.



En síntesis, la combinación de métricas claras y una visión estratégica del retorno de inversión permite que el crecimiento de AMGLOBAL no dependa exclusivamente de la inversión constante en publicidad, sino de un modelo sustentado en relaciones duraderas, recomendación orgánica y rentabilidad progresiva. Esto convierte al marketing en un aliado directo de la salud financiera de la empresa.

# REFERENCIAS



- American Psychological Association. (2020). Publication manual of the American Psychological Association (7.º ed.). APA.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Dirección de marketing (15.º ed.). Pearson Educación.
- Torres, R. (2020). Marketing digital: estrategias para optimizar la presencia online de las marcas. Alfaomega Grupo Editor.
- Zarella, D. (2010). The Social Media Marketing Book. O'Reilly Media.



## **Nota:**

- La información contenida en este proyecto integrador también se basa en la recolección y análisis de datos internos suministrados por la empresa AMGLOBAL, así como en la experiencia práctica de los autores en el desarrollo del mismo. En los casos en que no se recurrió a fuentes externas específicas (libros, artículos o sitios web), el contenido fue de redacción propia e inspiración de los autores, en coherencia con los lineamientos éticos de producción académica y profesional.