

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



CBD FEM

Opción de Grado (PADE 2)

Camila Andrea Camacho Vizcaíno

María Alejandra Díaz Díaz

Valentina Ortiz Rosas

María Fernanda Zapata Rodríguez

Bogotá, Colombia

2021

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



CBD FEM

Opción de Grado (PADE 2)

Camila Andrea Camacho Vizcaíno

María Alejandra Díaz Díaz

Valentina Ortiz Rosas

María Fernanda Zapata Rodríguez

Viviana Carolina Romero Peralta

Escuela de Administración

Bogotá, Colombia

2021

Dedicatoria

El presente trabajo de grado se lo queremos dedicar a nuestras madres que, con su amor y esfuerzo, nos criaron para ser unas mujeres empoderadas y nos enseñaron a alzar nuestra voz cuando es requerido.

Agradecemos de corazón su compañía en esta aventura y su presente fe hacia nuestras capacidades, factores que nos dieron el ánimo para alcanzar nuestras metas.

Tabla de contenido

Glosario	10
Resumen	12
Palabras clave	12
Abstract	13
Keywords	13
1. Introducción	14
2. Objetivos	15
2.1 General.....	15
2.2 Específicos	15
3. Presentación del producto al cual se le realizó la estrategia digital	16
4. Análisis digital de la competencia	17
4.1 Análisis Nosotras	18
4.2 Análisis Tampax	25
4.3 Análisis comparativo entre Nosotras y Tampax	32
5. Definición del Buyer Persona	35
6. Línea de contenidos para la estrategia digital	39
6.1 Objetivo de la estrategia de contenidos	39
6.2 Mix de la estrategia de contenidos.....	40

6.2.1 Estrategia de contenido de Comunidad.....	41
6.2.2 Estrategia de contenido de Marketing.....	41
7. Posicionamiento SEO optimización de sitios web para motores de búsqueda.....	43
8. Anuncio de Pago SEM.....	45
9. Página WEB	46
9.1 Logotipo.....	58
9.2 Eslogan.....	59
9.3 Menú de navegación	59
9.4 Vitrina	59
9.5 Captura de seguidores	60
9.6 Marca	60
9.7 Sección - Nosotras	60
9.8 Sección - Preguntas frecuentes	60
9.9 Sección - Encuéntranos.....	61
9.10 Sección - Blog.....	61
9.11 Newsletter	61
10. Publicidad y anuncios en internet	62
10.1 Display	62
10.2 Pop Up	62
11. Redes Sociales.....	64

11.1 Instagram.....	64
11.2 Facebook.....	68
11.3 Relaciones Públicas (Influenciadores).....	69
12. Campaña de correo electrónico (e-mail Marketing).....	72
13. Conclusiones	77
14. Producto.....	78
15. Referencias bibliográficas	79

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Logo y foto del producto de CBD Fem	16
Ilustración 2. Países en el mercado digital de Nosotras.....	18
Ilustración 3. Fuente de tráfico digital de Nosotras	19
Ilustración 4. Posicionamiento SEO y SEM de Nosotras	20
Ilustración 5. Tráfico Social de Nosotras.....	21
Ilustración 6. Rendimiento digital de Nosotras.....	23
Ilustración 7. Calificación SEO de Nosotras	23
Ilustración 8. Calificación Móvil de Nosotras	24
Ilustración 9. Seguridad digital de Nosotras	25
Ilustración 10. Países en el mercado digital de Tampax.....	26
Ilustración 11. Fuente de tráfico digital de Tampax	26
Ilustración 12. Posicionamiento SEO y SEM de Tampax	27
Ilustración 13. Tráfico Social de Tampax.....	28
Ilustración 14. Rendimiento digital de Tampax.....	30
Ilustración 15. Calificación SEO de Tampax	30
Ilustración 16. Calificación Móvil de Tampax	31
Ilustración 17. Seguridad digital de Tampax	32
Ilustración 18. Buyer Persona de CBD FEM.....	37
Ilustración 19. Matriz de Contenidos de CBD FEM.....	40
Ilustración 20. Estrategia SEO de CBD FEM.....	43
Ilustración 21. Anuncio de pago SEM de CBD FEM.....	45

Ilustración 22. Página web - pestaña principal parte 1	46
Ilustración 23. Página web - pestaña principal parte 2	47
Ilustración 24. Página web - pestaña principal parte 3	47
Ilustración 25. Página web - pestaña principal parte 4	48
Ilustración 26. Página web - pestaña Tienda parte 1	49
Ilustración 27. Página web - pestaña Nosotras parte 1	50
Ilustración 28. Página web - pestaña Nosotras parte 2	51
Ilustración 29. Página web - pestaña Nosotras parte 3	52
Ilustración 30. Página web - pestaña Nosotras parte 4	52
Ilustración 31. Página web - pestaña Preguntas frecuentes parte 1	53
Ilustración 32. Página web - pestaña Encuéntranos parte 1	54
Ilustración 33. Página web - pestaña Encuéntranos parte 2.....	54
Ilustración 34. Página web - pestaña Blog parte 1	55
Ilustración 35. Página web - pestaña Blog parte 2.....	56
Ilustración 36. Página web - pestaña Blog parte 3.....	57
Ilustración 37. Página web - pestaña Blog parte 4.....	58
Ilustración 38. Display de CBD FEM.....	62
Ilustración 39. Pop up de CBD FEM	63
Ilustración 40. Estrategia en Instagram - CBD FEM.....	65
Ilustración 41. Post - Información sobre los componentes y producción de CBD FEM.....	66
Ilustración 42. Post - Datos curiosos relacionados a los intereses del buyer persona de CBD FEM	67
Ilustración 43. Post - Síntomas y enfermedades íntimas femeninas.....	68

Ilustración 44. Estrategia en Facebook - CBD FEM	69
Ilustración 45. Información influenciadores - CBD FEM	70
Ilustración 46. Cronograma e-mail marketing - CBD FEM	72
Ilustración 47. E-mail Marketing 1 - CBD Fem	74
Ilustración 48. E-mail Marketing 2 - CBD Fem	75
Ilustración 49. E-mail Marketing 3 (notificación móvil) - CBD Fem	76
Ilustración 50. Slogan [superior], Logo [inferior izq] y Foto de producto [inferior der] de CBD FEM	78

Glosario

- **Analgésico:** adj. Que calma el dolor. Apl. a un medicamento.
- **Antiespasmódico:** adj. Med. Que cura o calma los espasmos.
- **Biodegradable:** adj. Que se desintegra y descompone por la acción de microorganismos que se encuentran en la naturaleza, y se convierte en CO₂, agua y biomasa.
- **Cannabis medicinal:** La marihuana medicinal (también llamada cannabis medicinal) es un término para los derivados de la planta Cannabis sativa que se utilizan para aliviar síntomas graves y crónicos.
- **CBD:** El cannabidiol es un químico presente en la planta Cannabis sativa, más comúnmente conocida como marihuana.
- **Ciclo menstrual:** El ciclo menstrual es la serie de cambios que el cuerpo de la mujer experimenta todos los meses en preparación para la posibilidad de un embarazo. Cada mes, uno de los ovarios libera un óvulo en un proceso llamado ovulación. Al mismo tiempo, se producen cambios hormonales que preparan al útero para el embarazo.
- **DAYE:** Empresa proveniente de Inglaterra encargada de maquillar tampones con extracto de cannabis medicinal (CBD).
- **Microbioma:** Comunidad de diferentes microorganismos que ocupa un entorno particular, así como, la manera en que estos interactúan entre sí y con las condiciones ambientales del entorno.
- **Síndrome del shock tóxico:** Enfermedad grave que se presenta con fiebre, shock y problemas con varios órganos del cuerpo.

- **Tampón:** m. Rollo de celulosa que, introducido en la vagina de la mujer, absorbe el flujo menstrual.

Resumen

El siguiente proyecto de grado tuvo sus comienzos en el 2021-1 en la primera parte del programa avanzado para la formación profesional (PADE 1), en el cual formamos nuestra marca y de ahí toda la trayectoria que conlleva a crear un nuevo producto. Establecimos nuestro público objetivo, el propósito de la marca, los objetivos del proyecto, realizamos un estudio del mercado, definimos nuestra misión y visión, y el desarrollo de este.

En el transcurso del año continuamos con la idea de trabajo de grado en el cual desarrollamos la idea de negocio con nuestra de marca en la segunda parte del programa avanzado para la formación profesional (PADE 2) en el cual desarrollamos la estrategia de marketing digital de la marca, el análisis digital de la competencia contando con el posicionamiento orgánico e inorgánico, se creo la página web y decidimos cual era nuestro enfoque y objetivos con nuestros clientes mediante un blog que facilita la interacción con ellos, finalmente, decidimos implementar la estrategia de Email Marketing para fortalecer la relación con nuestros leads y comunicar nuestras estrategias de interacción y atracción en nuestras redes sociales.

Palabras clave: Tampones, Mujeres, CBD, Tampones con aplicador, Tampones biodegradables, Cuidado íntimo femenino.

Abstract

The next degree project had its beginnings in 2021-1 in the first part of the advanced program for professional training (PADE 1), in which we formed our brand and hence the entire trajectory that leads to creating a new product. We established our target audience, the purpose of the brand, the objectives of the project, we conducted a market study, we defined our mission and vision, and the development of this.

During the year we continued with the idea of degree work in which we developed the business idea with our brand in the second part of the advanced program for professional training (PADE 2) in which we developed the digital marketing strategy of the brand, the digital analysis of the competition counting on the organic and inorganic positioning, the website was created and we decided what was our focus and objectives with our clients through a blog that facilitates interaction with them, finally, we decided to implement the strategy of Email Marketing to strengthen the relationship with our leads and communicate our interaction and attraction strategies on our social networks.

Keywords: Tampons, Women, CBD, Tampons with applicator, Biodegradable tampons, Intimate feminine care.

1. Introducción

Este documento contiene la investigación, asociada al trabajo de grado, realizada durante el curso Programa Avanzado en Dirección de Empresas (PADE) de la Universidad del Rosario, en donde estudiamos las estrategias digitales más convenientes para nuestra propuesta e idea de negocio llamada CBD Fem, marca especializada en ofrecer productos a base de Cannabis medicinal, presente en el mercado con nuestro producto estrella, un tampón compuesto de CBD con aplicador importado de Inglaterra.

Por lo que, determinamos los objetivos que buscamos alcanzar en nuestro negocio, analizamos nuestra competencia digital actual, segmentamos al público objetivo en un buyer persona, definimos una estrategia de contenidos, y desarrollamos la estrategia digital de posicionamiento en buscadores (SEO) y los anuncios de pago (SEM). Además, creamos el contenido de la página web, las redes sociales, la publicidad/anuncios en internet y la campaña de e-mail marketing.

2. Objetivos

2.1 General

Crear una estrategia de marketing de medios digitales enfocada en nuestros tampones CBD Fem con aplicador. Con el objetivo de generar atracción y acción de consumo.

2.2 Específicos

- Poner en práctica los conceptos, instrumentos y técnicas aprendidas durante el transcurso del Programa Avanzado en Dirección de Empresas para CBD Fem.
- Elaborar un plan de acción digital basado en las tendencias del buyer persona de nuestro producto, con el fin de alcanzar los objetivos propuestos por la empresa.

3. Presentación del producto o empresa al cual se le realizó la estrategia digital

Concepto del producto: Un tampón con aplicador, a base de cannabis, antiespasmódico, analgésico y biodegradable, científicamente comprobado que no genera dependencia.

Marca: CBD FEM



Ilustración 1. Logo y foto del producto de CBD Fem

Fuente: Elaboración propia

4. Análisis digital de la competencia

La competencia de CBD Fem son Nosotras, Kotex, Ob y Tampax, las cuales muestran una alta presencia en los canales digitales, con el fin de informar sobre su catálogo de productos, beneficios, certificaciones sanitarias y generar comunidad a través de videos, experiencias de sus usuarias e informar sobre las principales noticias relacionadas a temas de cuidado y bienestar femenino. No obstante, no son consideradas un e-commerce, ya que remiten a sus clientes a que adquieran sus productos por medio de sus distribuidores aliados.

Además, una vez realizado el diagnóstico se concluyó que ninguna de las empresas pertenecientes a la competencia ofrece un producto con un valor agregado como el de CBD Fem, tampones con componentes de cannabis medicinal, que brindan efectos antiespasmódicos y analgésicos a las consumidoras.

Para realizar el análisis comparativo de nuestra competencia se tomaron en cuenta las siguientes marcas: Nosotras y Tampax. Este análisis se hizo mediante Similarweb y Website Grader, herramientas de análisis de datos que ayudaron a monitorear y comparar a nuestros competidores con el fin de conocer qué posición ocupa CBD Fem en el mercado.

4.1 Análisis Nosotras:

Con Similarweb se analizaron los siguientes datos:

El análisis del sitio web identificó que Nosotras tiene en promedio 410.170 vistas en su página web, en la cual los visitantes se pasan aproximadamente 3:13 minutos visualizandola, adicional a esto, los usuarios revisan previamente 4 páginas en diferentes sitios para luego terminar ingresando en la página web de Nosotras; tiene un porcentaje de rebote de 39,68% lo que indica la navegación que se hizo completa en el sitio web. Los países donde más participación hay en el mercado digital son: Colombia con 82.44%, Argentina con 3.98%, México con 3,46%, Ecuador con 2,73% y España con 2,14%.



Ilustración 2. Países en el mercado digital de Nosotras

Fuente: Similarweb

Por otro lado, el análisis de la fuente de tráfico presentó que el 51,01% reconoce el link de Nosotras y realiza una búsqueda directa por su nombre, el 3,09% de los usuarios fueron referidos por algunas otras páginas y así llegar a la página de Nosotras.

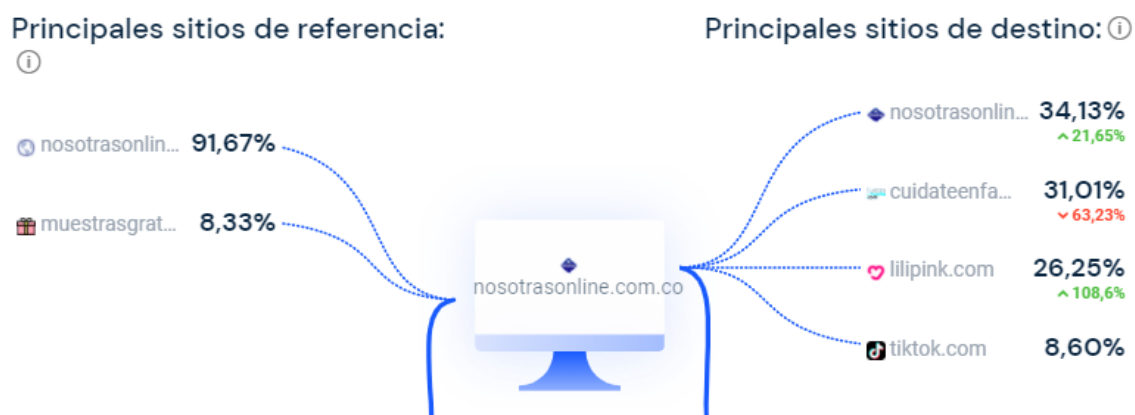


Ilustración 3. Fuente de tráfico digital de Nosotras

Fuente: Similarweb

El 38,70% indica las búsquedas que se realizaron por buscadores principales como Google, Yahoo, etc; el 3,27% pertenece a las redes sociales que se usaron para atraer más visitantes, el 0,20% indica la participación de los correos electrónicos y el 3,73% a los displays utilizados para incrementar la audiencia en la página web.



Ilustración 4. Posicionamiento SEO y SEM de Nosotras

Fuente: Similarweb

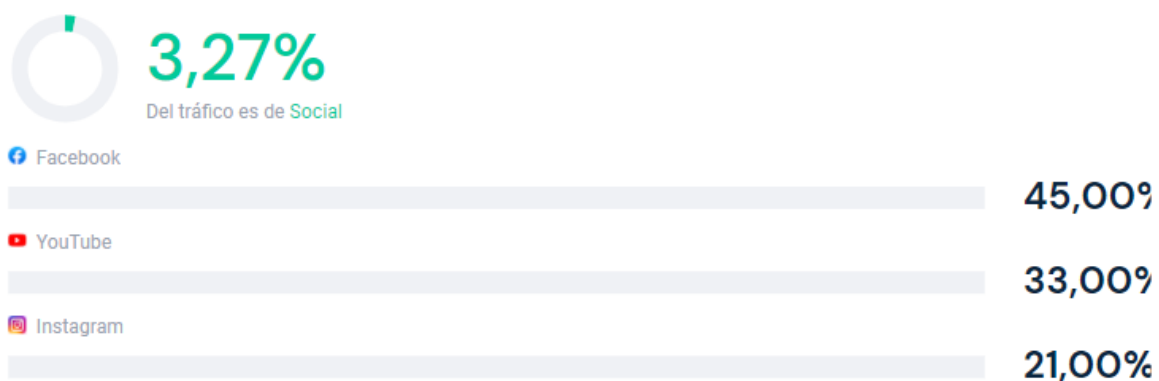


Ilustración 5. Tráfico Social de Nosotras

Fuente: Similarweb

Con Website Grader se analizaron los siguientes datos:

El diagnóstico SEO tuvo una puntuación de 67, en el cual se identificó que el desempeño del sitio web de Nosotras se califica con un potencial del 16,7%, el acceso móvil en 66,67%, y la estrategia SEO junto con la seguridad en la página web en 100,00%.

- Rendimiento 7/30

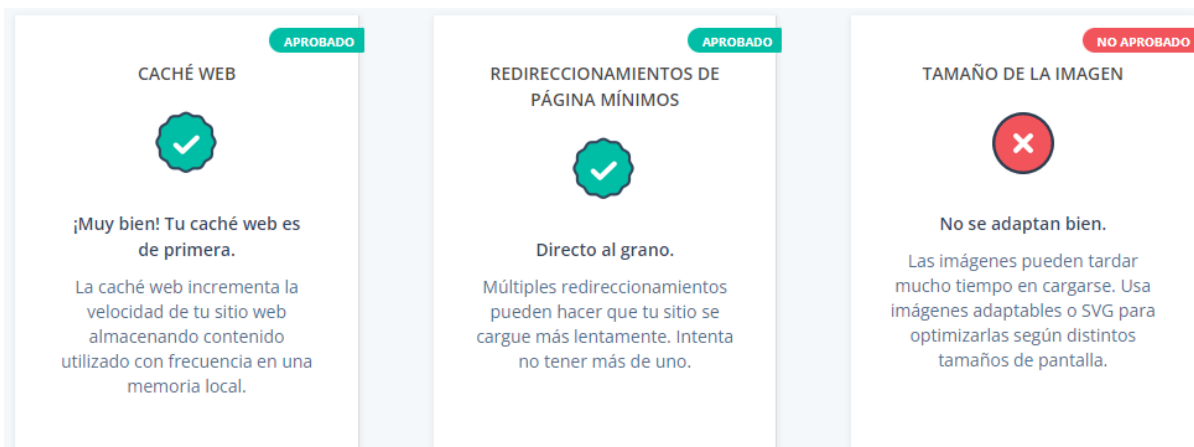




Ilustración 6. Rendimiento digital de Nosotras

Fuente: Website Grader

- SEO 30/30

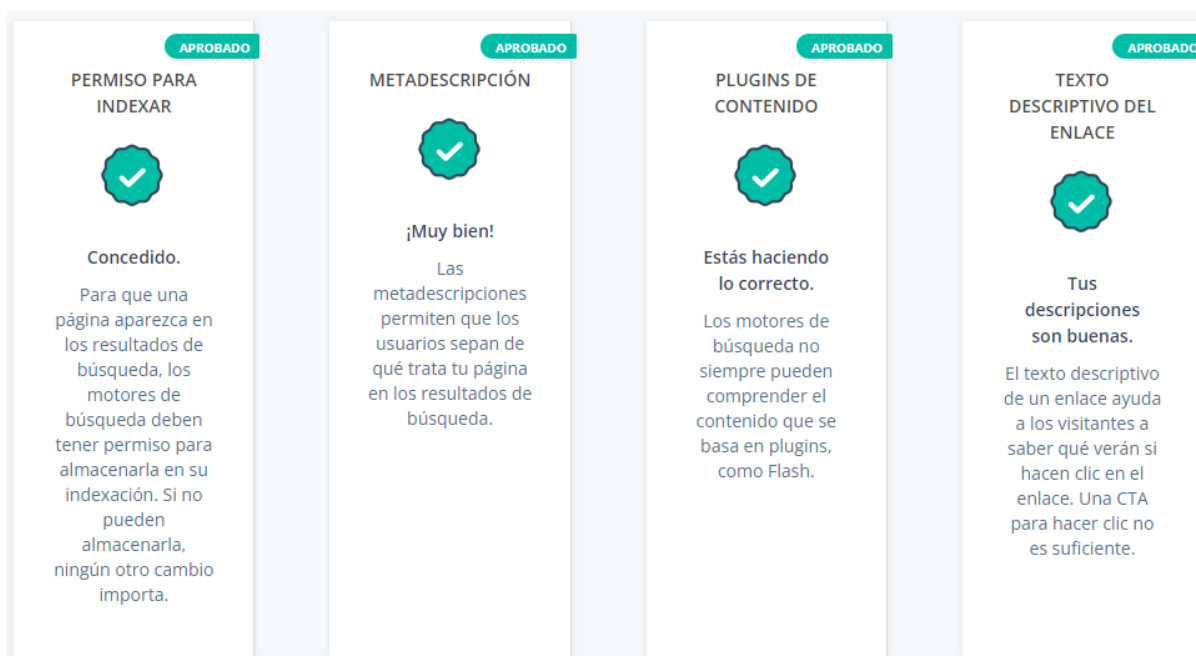


Ilustración 7. Calificación SEO de Nosotras

Fuente: Website Grader

- Móvil 20/30

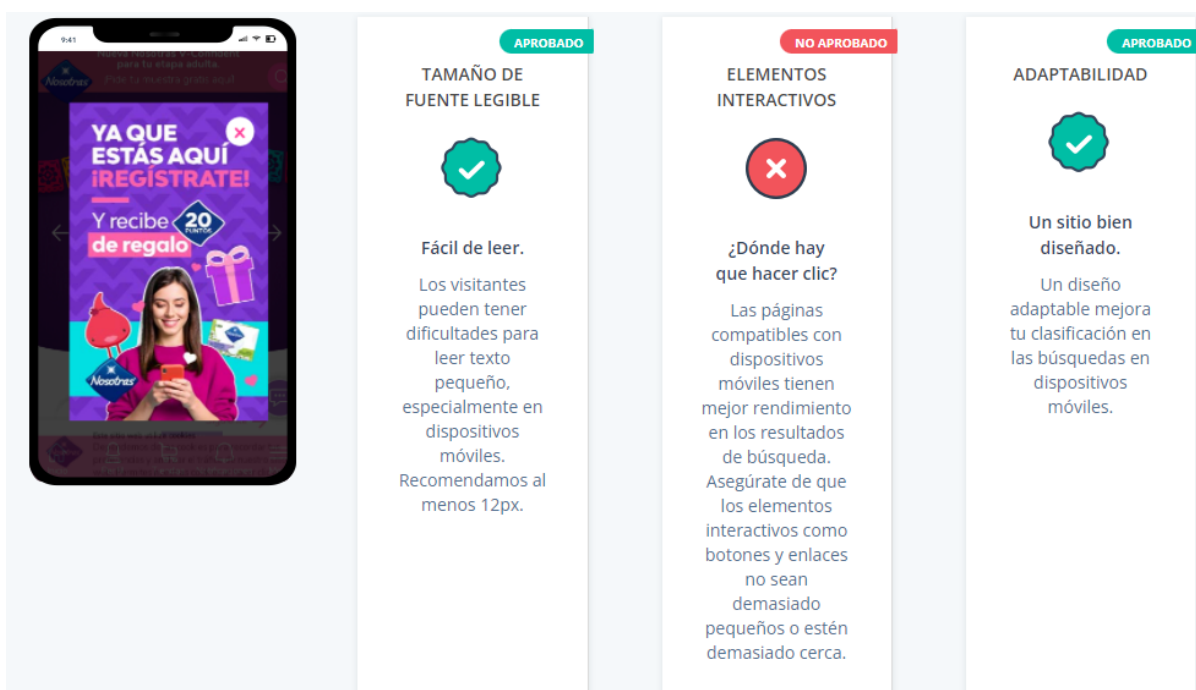


Ilustración 8. Calificación Móvil de Nosotras

Fuente: Website Grader

- Seguridad 10/10

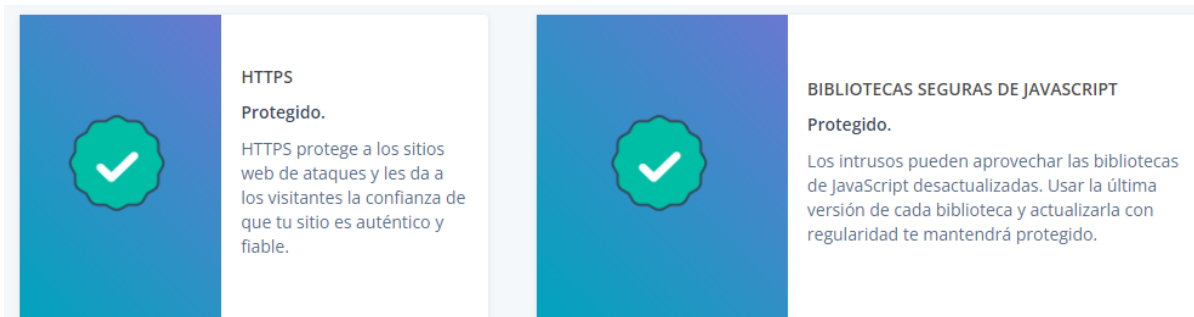


Ilustración 9. Seguridad digital de Nosotras

Fuente: Website Grader

4.2 Análisis Tampax:

Con Similarweb se analizaron los siguientes datos:

El análisis del sitio web identificó que Tampax tiene en promedio 157.810 vistas en su página web, en la cual los visitantes se pasan aproximadamente 0:45 minutos visualizandola, adicional a esto, los usuarios revisan previamente 2 páginas en diferentes sitios para luego terminar ingresando en la página web de Tampax; tiene un porcentaje de rebote de 66,76% lo que indica la navegación que se hizo completa en el sitio web. Los países donde más participación hay en el mercado digital son: Estados Unidos con 46,82%, Reino Unido con 12,40%, India con 10,62%, Canadá con 5,46% y Filipinas con 3,59%.


<u>Estados Unidos</u>	46,82%	^60,60%
 Reino Unido	12,40%	^107,8%
 India	10,62%	^26,06%
 Canadá	5,46%	▼36,17%
 Filipinas	3,59%	^9,98%

Ilustración 10. Países en el mercado digital de Tampax

Fuente: Similarweb

Por otro lado, el análisis de la fuente de tráfico presentó que el 10,00% reconoce el link de Tampax y realiza una búsqueda directa por su nombre, el 1,00% de los usuarios fueron referidos por algunas otras páginas y así llegar a la página de Tampax.

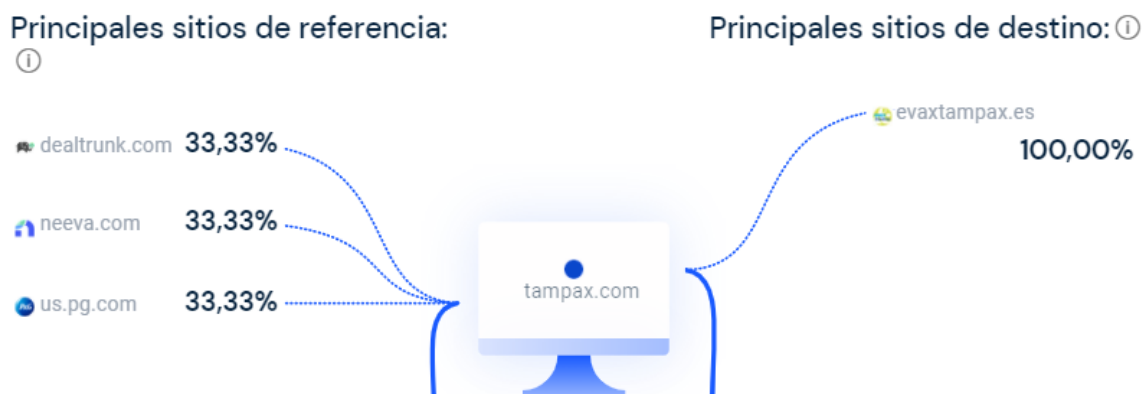


Ilustración 11. Fuente de tráfico digital de Tampax

Fuente: Similarweb

El 78,00% indica las búsquedas que se realizaron por buscadores principales como Google, Yahoo, etc; el 1,00% pertenece a las redes sociales que se usaron para atraer más visitantes, no hubo participación por medio de correos electrónicos ya que su porcentaje fue del 0,00% y el 7,00% pertenece a los displays utilizados para incrementar la audiencia en la página web.



Ilustración 12. Posicionamiento SEO y SEM de Tampax

Fuente: Similarweb

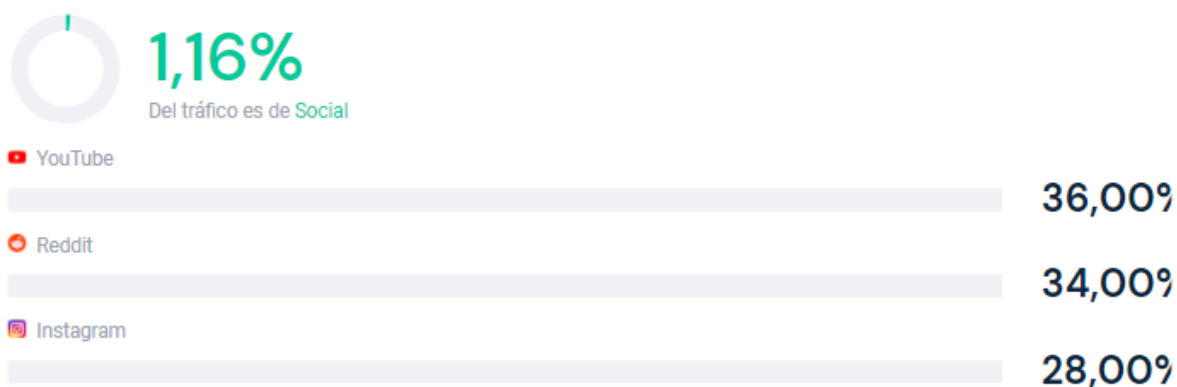


Ilustración 13. Tráfico Social de Tampax

Fuente: Similarweb

Con Website Grader se analizaron los siguientes datos:

El diagnóstico SEO tuvo una puntuación de 75, en el cual se identificó que el desempeño del sitio web de Tampax se califica con un potencial del 50,0%, el acceso móvil en 100,00%, la estrategia SEO calificada en un 83,0% y la seguridad del sitio web en un 50,0%.

- Rendimiento 15/30

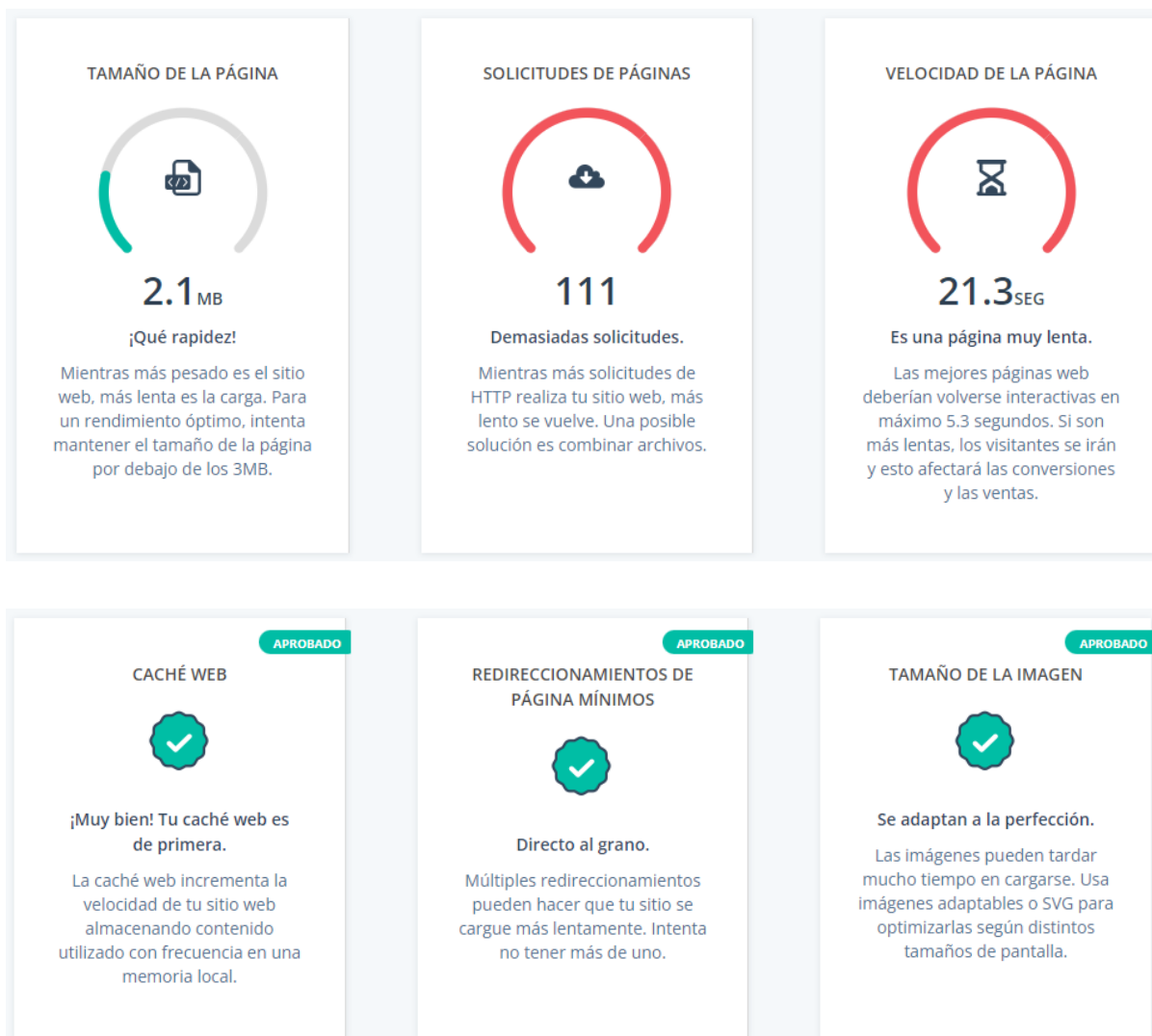




Ilustración 14. Rendimiento digital de Tampax

Fuente: Website Grader

- SEO 25/30

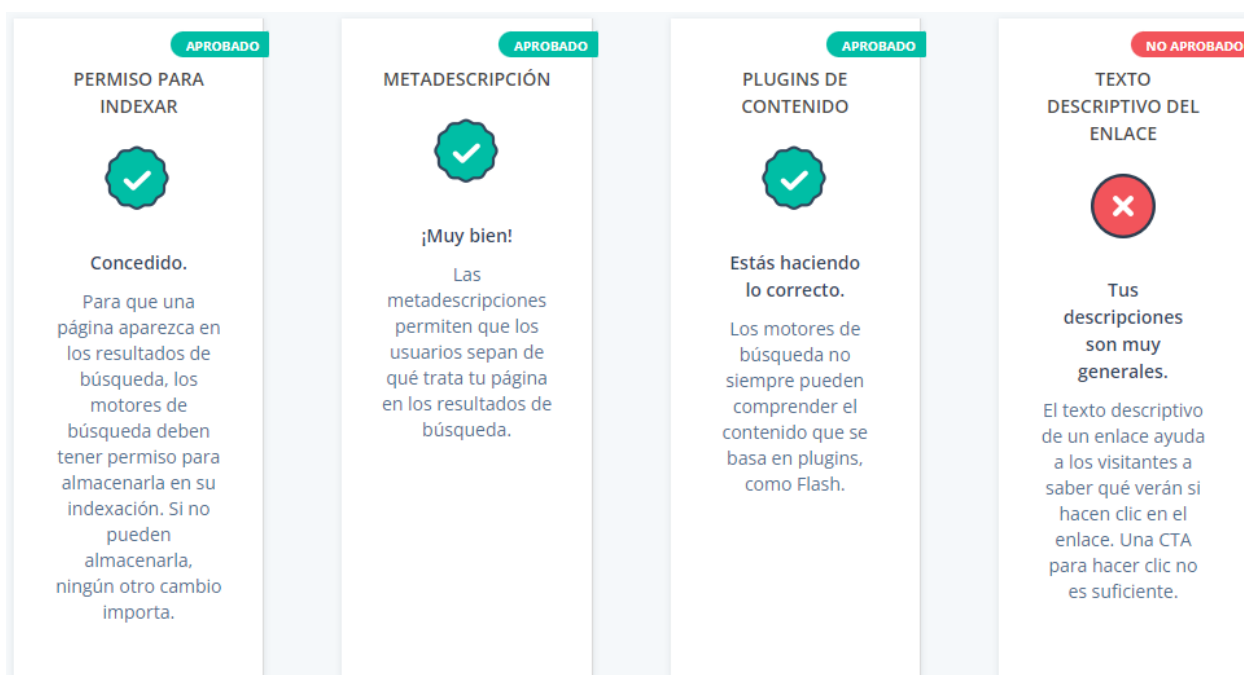


Ilustración 15. Calificación SEO de Tampax

Fuente: Website Grader

- Acceso Móvil 30/30

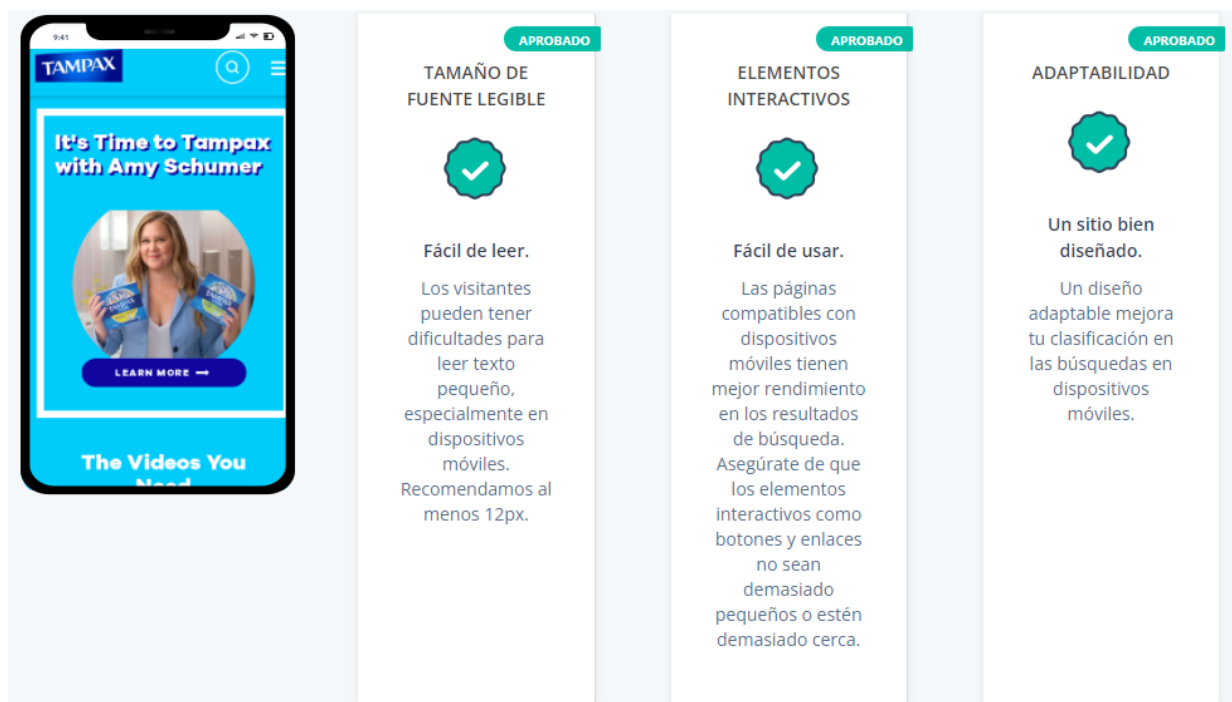


Ilustración 16. Calificación Móvil de Tampax

Fuente: Website Grader

- Seguridad 5/10

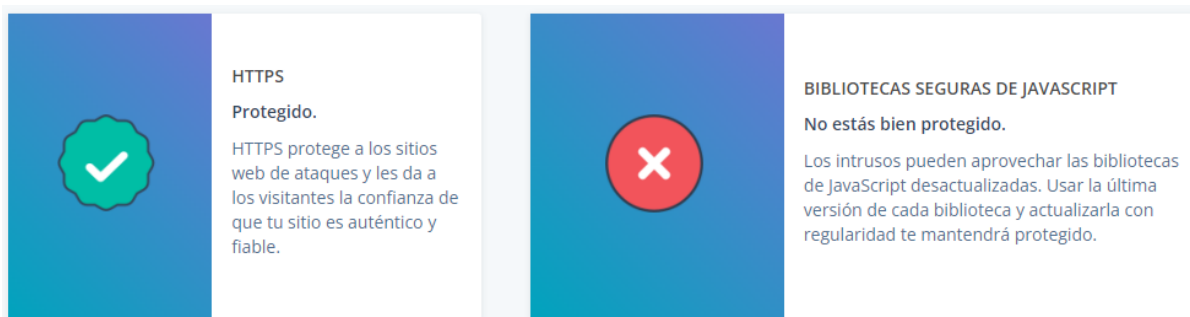


Ilustración 17. Seguridad digital de Tampax

Fuente: Website Grader

4.3 Análisis comparativo entre Nosotras y Tampax:

Con ayuda de la herramienta Similarweb podemos concluir lo siguiente:

Nosotras cuenta con un sitio web con más visitas que el de Tampax y con más tiempo de duración por visitante, esto se debe a que almacena demasiada información con distintas categorías y diseños de navegación que hace que el visitante se demore más tiempo en visualizar el sitio web, lo que explica también que su porcentaje de rebote sea menor que el de Tampax, pues los visitantes sólo captarán su atención en lo más relevante y no en todo el contenido que el sitio puede ofrecer.

Tampax al ser más conciso en el manejo de su información representa un mayor porcentaje de rebote y va relacionado con el número de páginas que los visitantes revisan antes de llegar a su sitio web, la marca crea una identidad en la cual los usuarios ya

identifican sus productos, y saben que encontrarán lo que están buscando sin dar tantos rodeos en otros portales web.

La fuente de tráfico que más representa la atracción de los visitantes en el portal web de Nosotras es por medio de los buscadores, tanto de forma directa como en los generales, esto quiere decir que su enfoque y reconocimiento es gracias al reconocimiento de marca que han logrado y esto se puede ver en las búsquedas orgánicas que representan un 83,00% y 16,00% en las búsquedas por pago. Por otro lado, Tampax enfoca todo su tráfico de visitantes por medio de los buscadores generales como Google, Yahoo, etc, y a comparación de Nosotras, utiliza la estrategia de display para atraer más visitas a su portal web.

Por otra parte, con ayuda de la herramienta Website Grader podemos concluir lo siguiente:

La página web de Tampax tiene mejor rendimiento que la de Nosotras; se destaca por el tamaño de su página, puesto que mientras más pesado sea el sitio web, más lenta será la carga, esto se ve reflejado en que Nosotras cuenta con demasiadas categorías de navegación y esto provoca que la carga de la misma no sea de la manera más óptima.

En cuanto a la estrategia SEO, Nosotras optimiza mejor su contenido en el sitio web con el fin de que las búsquedas ayuden a atraer tráfico más orgánico, esto se puede evidenciar en las experiencias que ofrece para los visitantes y en el mayor impacto que tiene visualmente; a comparación de Tampax que cuenta con descripciones muy generales y no ayudan a que los visitantes interpreten de una mejor manera la información que van a encontrar en el sitio web.

La versión móvil de la página web de Tampax tiene mejor rendimiento que la de Nosotras ya que, la versión móvil de Nosotras no cuenta con elementos interactivos suficientes que sean compatibles con los dispositivos móviles y esto hace que los botones o enlaces no sean acordes al tamaño y dificulten la navegación del mismo.

Por último, en cuanto al criterio de seguridad encontramos en los análisis que es importante que un sitio web sea seguro y libre de vulnerabilidades, es por esto que el sitio web de Nosotras tiene seguridad 10/10, que a comparación con Tampax este no cuenta con las actualizaciones requeridas y necesarias en cuanto a las bibliotecas que guardan la información.

5. Definición del Buyer Persona

Buyer Persona

Isabella Fuentes

Acerca de ella

01

- 25 años
 - Soltera
 - Administradora
 - 2'500.000 - 3'000.000 Mensuales
-



02

Gustos e intereses

- Pasa tiempo con amigas/os y pareja
 - Viajar
 - Compartir en familia
 - Mascota
 - Salir a restaurantes
 - Leer
 - Cuidar el medio ambiente
-

03 Comportamiento on-line

- Instagram, Facebook, Twitter y WhatsApp
 - Visita las redes entre 7-9pm
 - Pasa de 3-6 horas al día en el celular
 - iOS y Android
 - Le gusta la comunicación clara y simple
-





Ilustración 18. Buyer Persona de CBD FEM

Fuente: Elaboración propia

Nuestro buyer persona se llama Isabella Fuentes, quién tiene 25 años y trabaja como analista de marketing, le gusta pasar tiempo con su familia, amigas, pareja y mascota, así como viajar, ir a conciertos y comprar ropa. Sin embargo, la mayoría de su tiempo lo invierte en su trabajo, su

concepto del éxito está relacionado con los reconocimientos que obtiene de sus compañeros y competidores.

Su red social preferida es Instagram, en donde sigue páginas de moda y cuidado personal; al día pasa de 3-7 horas en el celular. Sus fuentes de información principales son El Tiempo, Twitter, BBC y The New York Times, y los principales temas que busca en su teléfono celular son relacionados al cuidado personal, noticias y cultura general, usualmente en el horario de 7 a 9 pm, es decir, invierte dos horas aproximadamente en esta actividad.

Los intereses de Isabella son ideales para CBD Fem ya que, lo más importante para ella es su cuidado personal y estar cómoda para realizar las actividades de interés que la hacen feliz. Los tampones CBD Fem le brindan seguridad y comodidad, además de que le generan un impacto financiero positivo, en el que dejará de comprar pastillas analgésicas y toallas higiénicas.

Por último, su interés por estar al tanto de las últimas noticias a nivel global la ha hecho más consciente con el medio ambiente, por lo que prefiere usar tampones biodegradables que minimizan el impacto ambiental.

6. Línea de contenidos para la estrategia digital

6.1 Objetivo de la estrategia de contenidos

- Crear contenido de interés enfocado en nuestra audiencia; tiendas relacionadas a la industria del cannabis, multimarcas de cuidado y bienestar a base de productos orgánicos, con el fin de dar a conocer la marca y atraer clientes dentro de nuestro segmento de mercado
- Diseñar estrategias como pautas publicitarias, en redes sociales y Google Ads. Concursos giveaways e interacciones directas por Instagram con las posibles clientas con el fin de aumentar el tráfico de personas en la página web para así lograr las conversiones esperadas.

6.2 Mix de la estrategia de contenidos

Matriz de Contenidos Tópicos	
Community	Marketing
<ul style="list-style-type: none"> • Información de contenido del CBD. • Beneficios ambientales del producto. • Datos curiosos relacionados al cuidado femenino. • Pautas sobre cómo evitar enfermedades (como el síndrome del choque tóxico). 	<ul style="list-style-type: none"> • Atributos del producto. • Indicaciones sobre cómo utilizar el producto y la correcta aplicación. • “Infórmate con CBD Fem”: Información con expertos a través de un live por instagram cada primer domingo del mes.
Matriz de Contenidos Embudo	
Atracción	Interacción
<ul style="list-style-type: none"> • Foto con información sobre el síndrome del choque tóxico. • Foro: Vamos a hablar de cosas que todas debemos saber pero ignoramos (temas como el uso de jabones íntimos). • Dato curioso: Tampones CBD Fem reduce el riesgo de infecciones y Nivel de residuos generados por otros productos de higiene femenina. • Texto con dato científico: Importancia de tener un sano microbioma vaginal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Giveaway: En Instagram las personas deberán etiquetar amigas/os, el sorteo lo ganará la persona que más etiquetas realice y obtendrá un kit de CBD Fem. • Caja de preguntas en historia de Instagram: ¿Qué otros beneficios les gustaría recibir con nuestro producto? • Infografía GIF: datos curiosos de la producción del producto, con el fin de redirigir a la página web.

Ilustración 19. Matriz de Contenidos de CBD FEM

Fuente: Elaboración propia

6.2.1 Estrategia de Contenido de Comunidad

El contenido hacia la comunidad se centra principalmente en ser de interés para el Buyer persona de la compañía, y genera atracción hacia la marca, aunque no necesariamente está relacionado con la misma. Es por esto que, nuestra estrategia de comunidad está enfocada en conectar con nuestro público objetivo, atraer su atención y generar interés hacia nosotros como comunidad CBD Fem.

Como el buyer persona de CBD Fem se interesa por su comodidad, cuidado personal y la disminución del dolor asociado a los cólicos menstruales de manera natural, en nuestro contenido buscamos mantenerlo informado sobre el cuidado femenino, datos curiosos sobre temas relacionados, cómo evitar enfermedades y los beneficios del CBD al reducir el riesgo de infecciones. También le permitimos tener contacto con mujeres con características e intereses similares a los suyos.

Por otra parte, otro interés de nuestro buyer persona es mantenerse al tanto de las últimas noticias a nivel global, saber de cultura general y actuar de manera consciente con el medio ambiente, por lo que mencionamos las problemáticas medioambientales relacionadas a los residuos no biodegradables como toallas higiénicas.

6.2.2 Estrategia de contenido de Marketing

En este contenido la empresa se enfoca en darle al buyer persona la información relacionada a su producto, beneficios, componentes y características. Por lo que, en

este tipo de estrategia en CBD Fem le informamos a nuestro público objetivo sobre los componentes, características y atributos de nuestro producto, el modo de uso y las instrucciones del aplicador.

Además, aplicamos estrategias en nuestro Instagram, como giveaways para tener mayor interacción con posibles clientes motivándolas con el premio final que es un kit de CBD Fem y otros productos relacionados al interés de nuestra comunidad, mantenemos charlas activas entre la empresa y sus clientas para que así puedan conocer más nuestros productos, con el objetivo de redirigir a las clientes a nuestra página web, en donde encontrarán información más detallada de nuestro producto y por último buscamos un espacio una vez al mes para tener un live vía Instagram en el que un experto en ginecología resolverá dudas y mitos de nuestro producto.

7. Posicionamiento SEO optimización de sitios web para motores de búsqueda


Optimización Web - SEO (Optimización de sitios web para motores de búsqueda)	
1. Realiza un listado de las keywords que las personas utilizan para encontrar tu servicio/productos:	Tampones con aplicador, Tampones digitales, Tampones biodegradables, Tampones con cbd, Tampones femeninos, Tampones precio, y Cómo usar tampones.
2. Selecciona una keyword primaria y realiza un listado del contenido que crearás en torno a esa palabra clave, (formatos y temas):	Tampones con aplicador: <ul style="list-style-type: none"> - Formato: Fotos. - Temas: Información de producto y beneficios. - Keyword primaria: Tampones con aplicador.
3. Optimizá el contenido en torno a un keyword primaria que seleccionaste:	
a. URL:	www.cbd-fem.com.co/tampones/cbd/con/aplicador
b. Metadescripción:	Un tampón de uso femenino con aplicador a base de CBD antiespasmódico, analgésico y biodegradable. Científicamente comprobado que no genera dependencia. CBD Fem te acompaña en tus días más difíciles del mes.
c. Título de la página (pestaña de la página):	CBD Fem - Tampones con aplicador.
d. Título del contenido:	Tampón con aplicador a base de CBD. 

Ilustración 20. Estrategia SEO de CBD FEM

Fuente: Elaboración propia

La estrategia de Optimización de Motores de Búsqueda (SEO), consiste en posicionar la página web entre los motores de búsqueda con tácticas que no requieren pago alguno, con el

objetivo de tener mayor visibilidad entre los consumidores. Para nuestra estrategia SEO, seguimos una serie de pasos para identificar las keywords, y con éstas poder armar un acertado título de la página y la metadescripción. A continuación, explicamos los pasos que seguimos:

- Paso 1: Buscamos las keywords, es decir, las palabras o términos clave que utilizan los clientes cuando buscan en los motores de búsqueda productos o temas asociados a nuestro producto. Utilizamos las páginas “Keyword Tool”, “Soovle” y “Keyword Tool Dominator”, para buscar las keywords relacionadas con los términos “tampón” y “tampón con CBD”, en donde encontramos las principales: Tampones con aplicador, Tampones digitales, Tampones biodegradables, Tampones con cbd, Tampones femeninos, Tampones precio, y Cómo usar tampones.
- Paso 2: Posteriormente, seleccionamos la keyword primaria guiándonos de dos factores, que sea la que más relación tiene con nuestro producto y que esté dentro de las que más aparecen. La que elegimos fue “Tampones con aplicador”, y el contenido que crearemos serán fotos gráficas, instructivas y con datos curiosos sobre el aplicador y los beneficios de nuestro producto.
- Paso 3: Por último, optimizamos el contenido de nuestra página web en torno a la keyword primaria. Iniciando con nuestra URL, dentro de la cual incluiremos la keyword así: www.cbd-fem.com.co/tampones/cbd/con/aplicador; esta también lo tenemos en cuenta para darle el título a la página web de: “CBD Fem - Tampones con aplicador”, el cual es claro y se refiere directamente al producto. Además, creamos una metadescripción de la marca, que contenga esa keyword principal junto a otras keywords, como “Tampones biodegradables”, “Tampones con cbd” y “Tampones femeninos”.

8. Anuncio de Pago SEM

En la estrategia de Marketing de Motores de Búsqueda (SEM) buscamos aumentar la visibilidad de nuestra página web mediante Google Adwords, el servicio de publicidad patrocinada de Google que es el motor de búsqueda más usado en Colombia. El objetivo de este anuncio de pago es generar mayor atracción en los usuarios, para así poder dar a conocer nuestra marca e invitarlos a ingresar a nuestra página web, en donde podrán interactuar con nosotros y seguir nuestras redes sociales.



CBD Fem | Tampones con aplicador | Tu mejor aliado para los días difíciles del mes.
Anuncio www.cbd-fem.com.co/tampones/cbd/con/aplicador ▼
¡CBD Fem es el nuevo tampón con aplicador a base de cannabis medicinal! Aprovecha sus componentes antiespasmódicos, analgésicos y biodegradables.

Ilustración 21. Anuncio de pago SEM de CBD FEM

Fuente: Elaboración propia

9. Página WEB



Ilustración 22. Página web - pestaña principal parte 1

Fuente: Elaboración propia.

PÁGINA PRINCIPAL

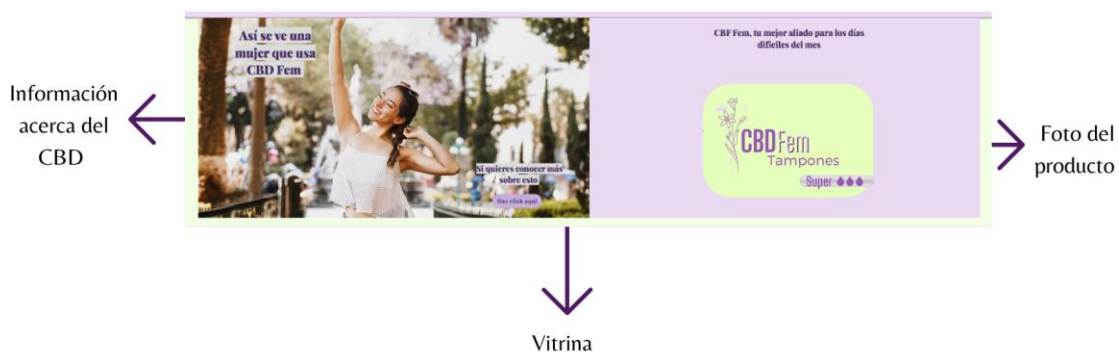


Ilustración 23. Página web - pestaña principal parte 2

Fuente: Elaboración propia.

PÁGINA PRINCIPAL



Ilustración 24. Página web - pestaña principal parte 3

Fuente: Elaboración propia.

PÁGINA PRINCIPAL

Servicio al cliente ←

CONTACTA CON NOSOTROS

ENVÍANOS TUS PREGUNTAS

Tel: 3213598567
Tel: 6265482
servicioalcliente@cbsfem.com

Si tienes alguna pregunta sobre nuestros productos, contacta con nosotros.

Introduce tu nombre *

Introduce tu email *

Introduce tu asunto *

Agrega el mensaje aquí *

Enviar

Ilustración 25. Página web - pestaña principal parte 4

Fuente: Elaboración propia.

TIENDA

Caja de 8 tampones CBD con aplicador

\$22.000,00

Cantidad

1

Agregar al Carrito >

Realizar compra

Tampon CBD con aplicador

Super

8 Unidades
Súper absorbente

Tampones de uso femenino con aplicador a base de CBD antiespasmódico, analgésico y biodegradable. Científicamente comprobado que no genera dependencia.
CBD Fem te acompaña en tus días más difíciles del mes.

Información del producto

Precio

Ilustración 26. Página web - pestaña Tienda parte 1

Fuente: Elaboración propia.

NOSOTRAS

CBD Fem, tu mejor aliado para los días difíciles del mes

Propuesta de valor

Nuestro producto supera las expectativas de nuestras clientes gracias a su capacidad de disminuir los dolores menstruales y a su vez contribuir con un menor impacto ambiental. Además, cubrimos todas sus frustraciones relacionadas con el uso incomodo, gracias al aplicador; nos preocupamos por informar transparentemente los componentes con el fin de comunicar la no dependencia del CBD.

Propuesta de valor

Eslogan

Ilustración 27. Página web - pestaña Nosotras parte 1

Fuente: Elaboración propia.

NOSOTRAS

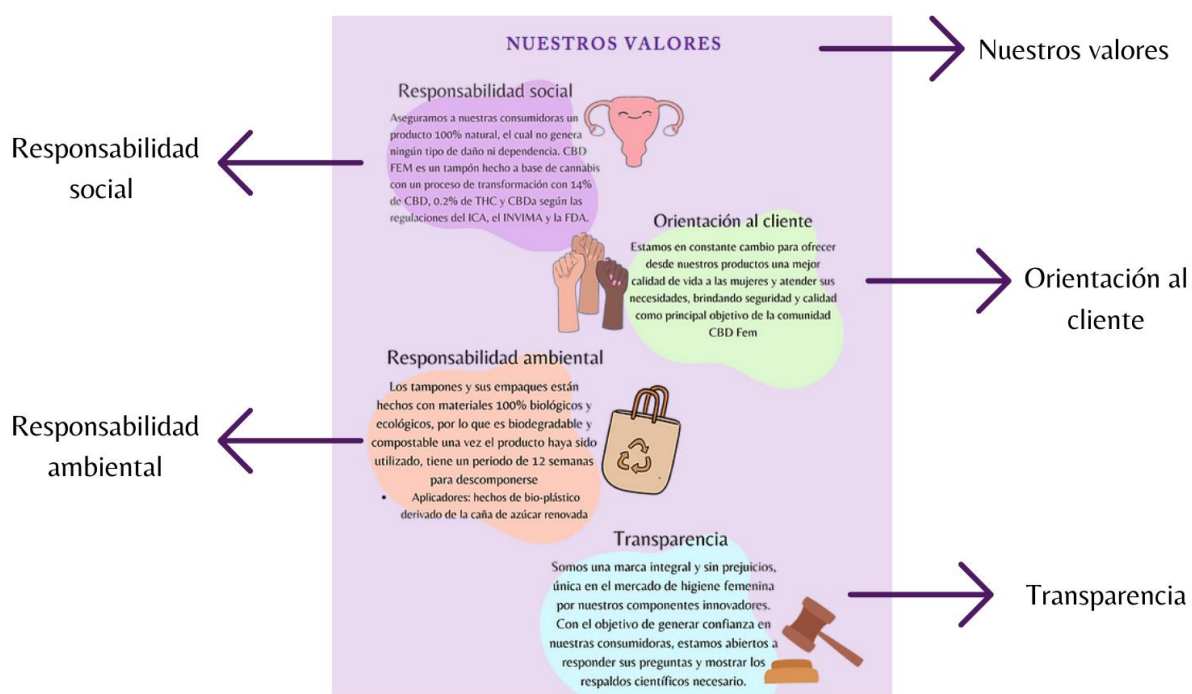


Ilustración 28. Página web - pestaña Nosotras parte 2

Fuente: Elaboración propia.

NOSOTRAS



Ilustración 29. Página web - pestaña Nosotras parte 3

Fuente: Elaboración propia.

NOSOTRAS



Ilustración 30. Página web - pestaña Nosotras parte 4

Fuente: Elaboración propia.

PREGUNTAS FRECUENTES

Preguntas ←

¿Tienes preguntas?
Esperamos que sí

Aquí encontrarás nuestras preguntas más frecuentes, si necesitas saber más no dudes en escribirnos

¿Cómo funcionan los tampones CBD?

Nuestros tampones están infundidos con CBD de espectro completo y alta concentración. La investigación de la Organización Mundial de la Salud muestra que el CBD tiene propiedades antiinflamatorias y un perfil de seguridad muy alto. Dado que el dolor menstrual es causado por la inflamación, ofrecemos tampones con infusión de CBD para aliviar los calambres.

¿Puedo usar los tampones CBD si estoy tratando de concebir?

No recomendamos usar CBD en ninguna forma si estás embarazada, amamantando o tratando de concebir. Si bien no hay evidencia que demuestre que el CBD podría tener un impacto en la fertilidad o el embarazo, preferimos pecar de cauteloso, ya que aún no se han realizado estudios a gran escala al respecto.

¿De qué están hechos los tampones?

Nuestros tampones de CBD están recubiertos con CBD de espectro completo de alta concentración (30%) (pero absolutamente nada de THC).

¿Los tampones son biodegradables/compostables?

¡Sí! Los tampones usados no son reciclables una vez que están manchados con sangre menstrual, pero como los nuestros están hechos de algodón orgánico sin plástico, son biodegradables y compostables incluso después de su uso.

¿Cómo puede algo que es absorbente liberar algo al mismo tiempo?

Estamos desarrollando una tecnología que garantiza que la capa exterior de nuestros tampones esté recubierta con CBD, de modo que el compuesto pueda ser absorbido por la mucosa vaginal y no por la fibra del tampón en sí.

¿En qué condiciones son biodegradables tus tampones?

Se biodegradan en condiciones estándar de vertedero. También son compostables y se descomponen en 12 semanas.

← ¿Puedo usar los tampones CBD si estoy tratando de concebir?

← ¿Los tampones son biodegradables/ compostables?

← ¿En qué condiciones son biodegradables tus tampones ?

Ilustración 31. Página web - pestaña Preguntas frecuentes parte 1

Fuente: Elaboración propia.

ENCUÉSTRANOS



Ilustración 32. Página web - pestaña Encuéntranos parte 1

Fuente: Elaboración propia.

ENCUÉSTRANOS



Ilustración 33. Página web - pestaña Encuéntranos parte 2

Fuente: Elaboración propia.

BLOG



Ilustración 34. Página web - pestaña Blog parte 1

Fuente: Elaboración propia.

BLOG

Dato curioso:

Imagen de nuestro producto → **CBD Fem Tampones Super**

"Tampones CBD Fem gracias a sus componentes ayuda a reducir el riesgo de..."

¿Sabías que uno de los beneficios de nuestros tampones son su capacidad de reducir las...

Cada tampón CBD Fem se prueba por lotes para asegurarse que no haya rastros de pesticidas, contaminación microbiana, divóxicos: metilén...

0 vistas 0 comentarios 1 ❤️

Beneficios sobre nuestros tampones

Interacción comunidad

síndrome del choque tóxico?

Sintomas del síndrome del choque tóxico → **Dolor muscular y de cabeza, Temperatura alta, Sarpullido en la piel**

Información sobre el síndrome del choque tóxico

Informémonos sobre el choque tóxico

Aunque es un síndrome poco común debemos estar informadas sobre qué es, sus síntomas y porque sucede. El choque tóxico es causado por...

0 vistas 0 comentarios 1 ❤️

Interacción comunidad

Ilustración 35. Página web - pestaña Blog parte 2

Fuente: Elaboración propia.

BLOG

¿Qué otros beneficios te gustaría recibir con nuestro producto?

¡ Queremos siempre lo mejor para ti !

Abrimos este espacio para poder interactuar con ustedes y sentirnos aún más cerca. Cada día buscamos maneras de innovar y cumplir con...

0 vistas 0 comentarios

Sugerencias y testimonios de nuestras clientes

Interacción comunidad

JABÓN INTIMO

Cosas importantes que todas las mujeres debemos saber sobre nuestro cuidado intimo

Este jabón es especialmente para la limpieza íntima, está conformado de ácido láctico el cual ayuda al crecimiento de células que nos defienden de cualquier tipo de...

Vamos a hablar de cosas que todas debemos saber pero ignoramos

El cuidado íntimo femenino es fundamental y depende de nosotros informarnos para tomar las medidas adecuadas para contribuir a la calidad.

0 vistas 0 comentarios

Interacción comunidad

Ilustración 36. Página web - pestaña Blog parte 3

Fuente: Elaboración propia.

BLOG



Ilustración 37. Página web - pestaña Blog parte 4

Fuente: Elaboración propia.

9.1 Logotipo

“Símbolo gráfico peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto”.

(RAE,2014). Como podemos observar, el logotipo de CBD Fem es el nombre de la empresa acompañado de hojas y flores, demostrando la naturaleza que nos representa como marca. El logotipo se encuentra centrado en el banner superior de todas las secciones, con el objetivo de que nuestros clientes o leads nos tengan presente como marca mientras navegan por nuestra página web.

9.2 Eslogan

“Fórmula breve y original, utilizada para publicidad, propaganda política, etc.” (RAE,2014). En el caso de CBD fem, es “CBD Fem, tu mejor aliado para los días difíciles del mes”. Este se puede encontrar en la página principal, en la sección de nosotras y encuétranos.

9.3 Menú de navegación

El menú de navegación tiene el objetivo de hacer más amena la navegación de nuestros clientes, por esto se encuentra ubicado en la parte superior permitiendo que el usuario encuentre con más facilidad temas o secciones de su agrado o de igual forma para efectuar su compra.

9.4 Vitrina

Se encuentra ubicada en nuestra página principal, con el fin de mostrarle nuestro producto a nuestras clientes y, de igual forma, los beneficios que tiene el CBD en nuestra salud.

9.5 Captura de seguidores

Está ubicada en la página principal y en la sección de encuéntranos, con el objetivo de que nuestras clientes puedan contactarnos vía e-mail o visitarnos en nuestras redes sociales, por esto se destinan estos espacios para que nos dejen sus datos e información.

9.6 Marca

CBD Fem es la marca la cual está acompañada del logotipo o producto en diferentes secciones de nuestra página web. De igual forma se puede evidenciar en el banner de la parte superior de la página principal y diferentes secciones de esta.

9.7 Sección - Nosotras

En esta sección se encuentra toda la información sobre la empresa, propuesta de valor, valores empresariales, misión, visión, su composición y la historia de cómo nació este gran proyecto llamado CBD Fem.

9.8 Sección - Preguntas frecuentes

Esta sección está destinada para satisfacer cualquier duda que puedan tener nuestras clientes, y adicionalmente información sobre nuestro producto.

9.9 Sección - Encuéntranos

En esta sección están nuestros aliados, en donde nuestras consumidoras pueden encontrar físicamente nuestros productos. De igual forma, encontrarán información como e-mail, teléfono, redes sociales y de esta manera el cliente se contacte directamente con nosotras.

9.10 Sección - Blog

Esta sección es de suma importancia ya que nuestras clientes podrán encontrar información acerca del cuidado íntimo femenino, síndromes y enfermedades. De igual manera podrán interactuar directamente con nosotras, en donde podremos conocerlas, saber que opinan sobre nuestras publicaciones y sobre nuestro producto o marca.

9.11 Newsletter

En la sección de encuéntranos se puede observar esta herramienta para que nuestras clientes dejen sus datos, y de esta manera ser contactadas via e-mail con información acerca del producto o empresa. Debido a que las mujeres que nos visitan están interesadas por conocer los beneficios que tiene nuestro producto y de igual forma se identifican con productos eco amigables.

10. Publicidad y anuncios en internet

10.1 Display: Con el objetivo de generar atracción a nuestra página web, implementaremos la estrategia de un anuncio tipo display que aparecerá cuando los usuarios pertenecientes a nuestro público objetivo naveguen por Youtube, el segundo motor de búsqueda más utilizado. Este display dará información sobre la marca que atraiga la atención de los potenciales clientes y con un clic sobre el mismo éstos podrán ir a nuestra página web, en donde conocerán más del producto.



Ilustración 38. Display de CBD FEM

Fuente: Elaboración propia

10.2 Pop Up: Con el objetivo de generar interacción haremos uso de un pop up que va a salir a los usuarios que estén en la página de nuestro producto después de 60 segundos, por única

vez. Esta estrategia les dará un bono de descuento redimible en la compra online a aquellos que ingresen su correo (y refieran o inviten a un amigo a ver nuestra página).



No te pierdas las noticias relevantes a la comunidad

CBD Fem

Tu mejor aliado para los días difíciles del mes

¡Suscríbete!

Nombre

Email

Agregar un mensaje (opcional)

Enviar

Ilustración 39. Pop up de CBD FEM

Fuente: Elaboración propia

11. Redes Sociales

11.1 Instagram:

Se implementarán anuncios en Instagram para incrementar la interacción con la comunidad, con el objetivo principal de llegar a más personas, que vean nuestro perfil/página web e interactúen. El social Ad estará ubicado en la sección de inicio de Instagram en donde se publicará texto con imágenes invitando a que participen de concursos en nuestro IG, a que interactúen en los live del primer domingo del mes y a que se dirijan a la página web para mayor información en los blogs y preguntas frecuentes sobre nuestros productos.

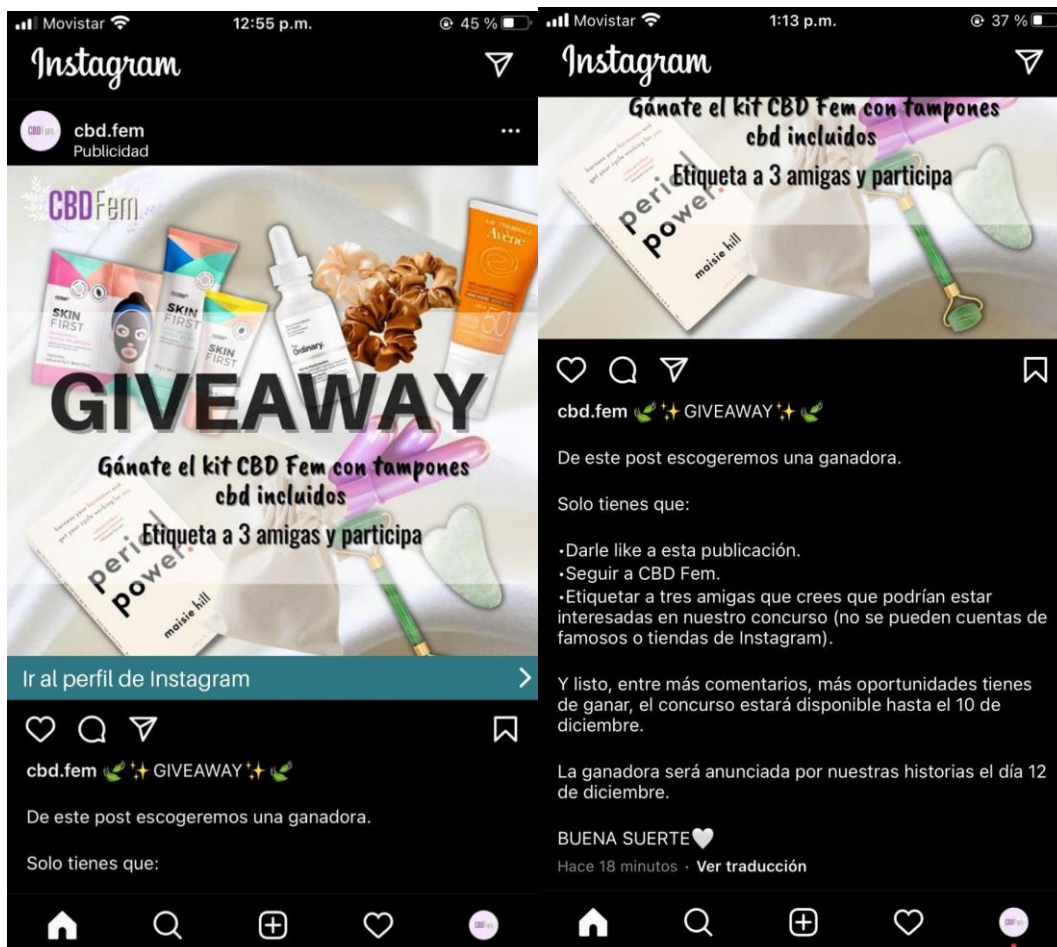


Ilustración 40. Estrategia en Instagram - CBD FEM

Fuente: Elaboración propia

Además, con el objetivo de atraer a las clientas a nuestro Instagram/Página Web y generar comunidad, haremos publicaciones por medios de post en los que informamos sobre datos curiosos y científicos de temas relacionados a los intereses de nuestro buyer persona, información sobre los componentes y producción de nuestro producto, y síntomas y enfermedades íntimas femeninas.

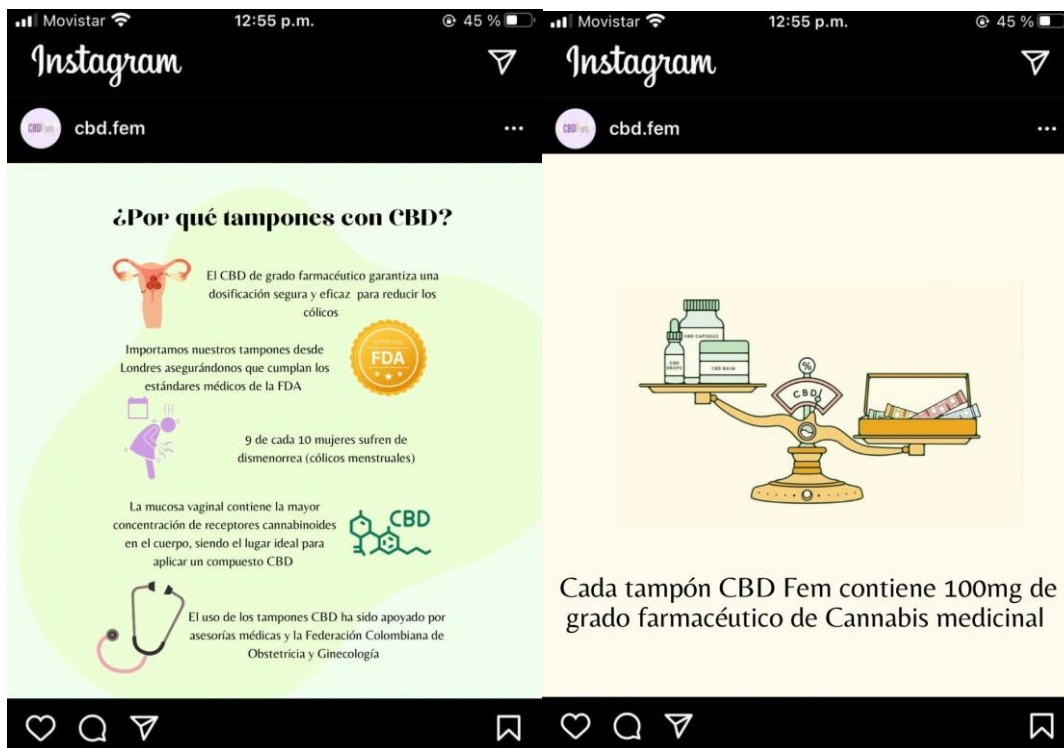


Ilustración 41. Post - Información sobre los componentes y producción de CBD FEM

Fuente: Elaboración propia

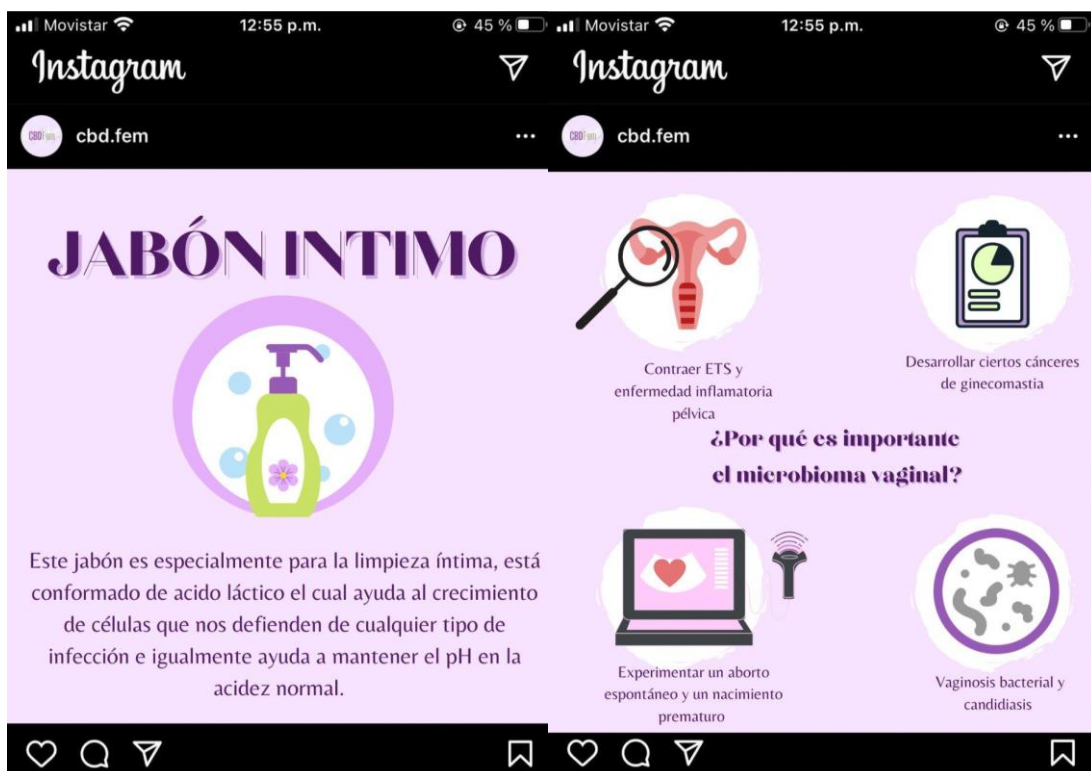


Ilustración 42. Post - Datos curiosos relacionados a los intereses del buyer persona de CBD FEM

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 43. Post - Síntomas y enfermedades íntimas femeninas

Fuente: Elaboración propia

11.2 Facebook

Por otra parte, publicaremos anuncios para aparecer en la sección de Facebook y artículos instantáneos que capten la atención de nuestro público objetivo con el fin de atraer más tráfico de personas a nuestra página web. El anuncio estará ubicado en la sección de noticias en donde mencionamos los beneficios de los tampones CBD Fem como

información principal para generar curiosidad y que la gente se traslade a la página web y siga nuestras redes para mayor información.

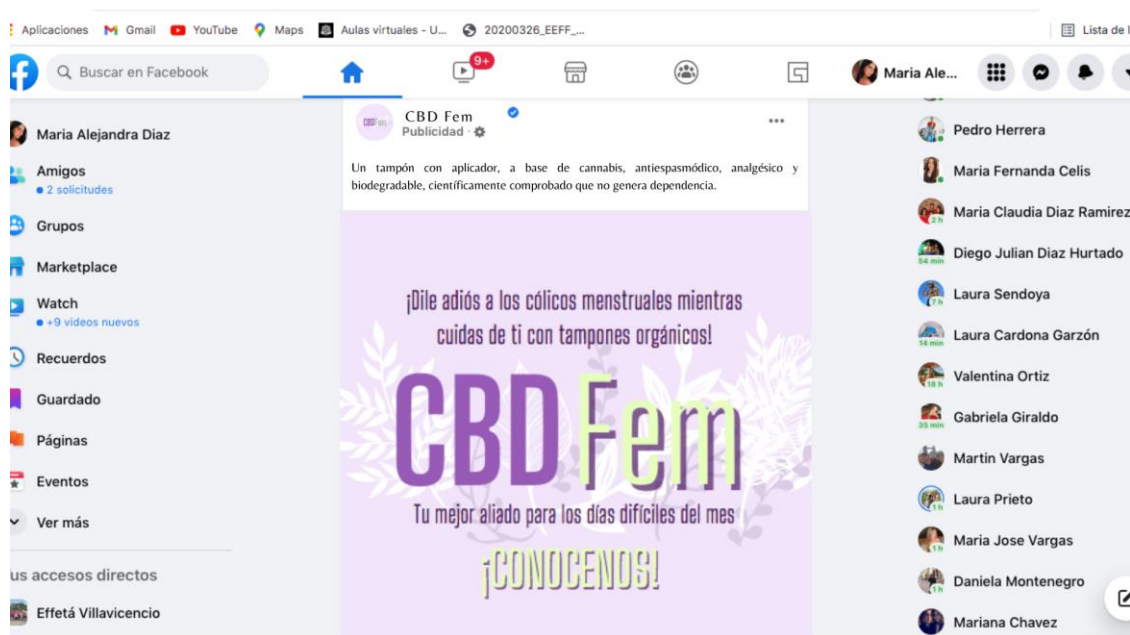


Ilustración 44. Estrategia en Facebook - CBD FEM

Fuente: Elaboración propia

11.3 Relaciones Públicas (Influenciadores)

Para la estrategia de relaciones públicas hicimos un análisis de las creadoras de contenido de acuerdo a la edad en la que se encuentra nuestro target, gustos y preferencias que comparten. De acuerdo a lo anterior seleccionamos tres posibles influenciadoras que contrataremos para promocionar a CBD Fem en sus redes sociales y que hagan parte de la marca como embajadoras. Una vez fueron seleccionadas analizamos datos relevantes como sus números de seguidores, tasa de engagement y el aproximado del costo por post.



Ilustración 45. Información influenciadores - CBD FEM

Fuente: Elaboración propia

Al realizar el análisis de las creadoras de contenido identificamos temas que comparten en sus redes como el cuidado del medio ambiente por medio del uso de productos

orgánicos, temas de interés femenino, slow fashion y entre otros. Sin embargo, cada una se diferencia por sus personalidades y la manera de interactuar con sus seguidores lo que quiere decir que cada una de ellas llegará a las diversas mujeres que comparten sus gustos y posiblemente serían clientes CDB Fem.

En el inicio de la publicidad de relaciones públicas por medio de historias y post contrataremos a @larubiainmoral ya que, se ajusta económicamente al presupuesto, su personalidad extrovertida y sus temas de interés son esenciales para dar a conocer nuestro producto. Analizando los resultados de éxito con la primera generadora de contenido continuaremos con @Nanzyloaz y @Olgaluciavives como influenciadoras y embajadoras de la marca.

12. Campaña de correo electrónico (e-mail Marketing)

Usaremos la estrategia de email marketing, para invitar a los usuarios a que interactúen con nuestras redes sociales y página web, en el mensaje los invitamos a que ingresen a nuestros lives en Instagram, nos sigan en nuestras redes sociales y vayan a nuestra página web para que conozcan más sobre CBD Fem.

El cronograma que utilizaremos para programar los envíos de los correos es el siguiente:






HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
8am - 9am					
9am - 10am					
10am - 11am					
11am - 12am					
2pm - 3pm					
3pm - 4pm					
4pm - 5pm					

Ilustración 46. Cronograma e-mail marketing - CBD FEM

Fuente: Elaboración propia

El propósito de este cronograma es identificar las horas y días potenciales para enviar los correos y poder captar los clientes e interactuar con ellos. Los días lunes en horas de la mañana y tarde, son necesarios para mantener fresca la idea de la marca CBD Fem en sus memorias después de ver todas las actividades que realizamos en redes sociales y demás plataformas el fin de semana, invitándolos a postear nuestros reels y videos guardados en el perfil.

Los días miércoles a primera hora laboral del día, los correos son necesarios para recordarle a nuestros clientes que CBD Fem sigue haciendo diferentes dinámicas en sus redes, y además de esto, sobre la calidad del producto.

Finalmente, los días viernes se utilizarán para postear toda la información relacionada con los sorteos y juegos que realizaremos el fin de semana en nuestras redes, y también estos días en horas de la tarde se realizaran algunos sorteos en las redes sociales que pueden ser utilizados para que el ganador brinde información relevante como su correo y de esta forma poder enviarle más información relevante sobre la marca.



Ilustración 47. E-mail Marketing 1 - CBD Fem

Fuente: Elaboración propia

El formato de envío del correo electrónico contará con un mensaje de bienvenida el cual llegará al lead previamente interesado. Se especificarán los beneficios y atributos del producto y de la marca, tendrá una invitación a ingresar a la página web, seguir la marca en las redes sociales e interactuar con las actividades que se programen en ella.



Ilustración 48. E-mail Marketing 2 - CBD Fem

Fuente: Elaboración propia

Invitación que llegará en el siguiente formato, en el cual se notifican las actividades especiales que se harán los fines de semana en nuestras redes sociales y la página web, con el link de acceso para que puedan ingresar directamente a los lives, reels, o publicaciones.



Ilustración 49. E-mail Marketing 3 (notificación móvil) - CBD Fem

Fuente: Elaboración propia

13. Conclusiones

Finalmente, una vez determinamos los objetivos SMART, consideramos que los de atracción e interacción son los principales a desarrollar por la marca a la hora de entrar al mercado y darse a conocer entre su buyer persona, el cual analizamos que de acuerdo a nuestro público objetivo puede resumirse en una mujer de 25 años, se encuentra en el mercado laboral, invierte entre 3 y 7 horas diarias en internet y su red social favorita es Instagram.

Además, analizamos la competencia digital en Colombia, en donde concluimos que se hace un manejo de plataformas digitales en las que plasman sus productos, atributos e información relacionada en donde comprar su producto. Sin embargo, la competencia no actúa como un e-commerce sino que utiliza su página web para generar comunidad sobre su marca.

Basados en lo anterior, determinamos los contenidos de comunidad y marketing como ejes principales de nuestra estrategia digital para cumplir con los objetivos de atracción e interacción. La página web y nuestras redes sociales (Facebook e Instagram) serán los principales medios de comunicación de CBD Fem, y aplicaremos estrategias de posicionamiento orgánico (SEO) e inorgánico (SEM) para aumentar la visibilidad de nuestra página web.

En cuanto a la publicidad que vamos a manejar, se enfocará en displays, pop ups, anuncios pagos en Facebook e Instagram, en donde también haremos pautas con influenciadores y sorteos giveaway. Como última estrategia implementaremos el e-mail marketing para adquirir nuevos clientes y desarrollar comunidad.

14. Producto



Ilustración 50. Slogan [superior], Logo [inferior izq] y Foto de producto [inferior der] de CBD FEM

Fuente: Elaboración propia

15. Referencias bibliográficas

Berg, G., Rybakova, D., Fischer, D. (2020). Microbiome definition re-visited: old concepts and new challenges. *Microbiome* 8, 103. Recuperado el 11 de diciembre de 2021, de:

<https://doi.org/10.1186/s40168-020-00875-0>

Cámara de Comercio de Tuluá. (s.f.). Registro Sanitario INVIMA. Recuperado el 16 de abril de 2021, de camaratuluá website: <https://camaratuluá.org/registro-sanitarioinvima/>

Daye. (2021). About us. Recuperado el 11 de diciembre de 2021, de Daye website:

<https://ecommerce.yourdaye.com/about/>

Influencer Marketing Hub. (s.f.). Micro Influencer vs Celebrities. Recuperado el 11 de noviembre de 2021, de influencermarketinghub website: <https://influencermarketinghub.com/micro-influencers-vs-celebrities/>

Keyword Tool Dominator. (s.f.). Tampón con cbd. Recuperado el 12 de noviembre de 2021, de keywordtooldominator website: [https://www.keywordtooldominator.com/k/google-](https://www.keywordtooldominator.com/k/google-autocomplete-keyword-tool)

[autocomplete-keyword-tool](https://www.keywordtooldominator.com/k/google-autocomplete-keyword-tool)

Keyword Tool Dominator. (s.f.). Tampón. Recuperado el 12 de noviembre de 2021, de

keywordtooldominator website: [https://www.keywordtooldominator.com/k/google-](https://www.keywordtooldominator.com/k/google-autocomplete-keyword-tool)

[autocomplete-keyword-tool](https://www.keywordtooldominator.com/k/google-autocomplete-keyword-tool)

Keyword Tool. (s.f.). Tampón con cbd. Recuperado el 12 de noviembre de 2021, de

keywordtool.io website:

<https://keywordtool.io/es/search/keywords/google/102987921?category=web&keyword=tamp%C3%B3n%20con%20cbd&country=CO&language=es-419#suggestions>

Keyword Tool. (s.f.). Tampón. Recuperado el 12 de noviembre de 2021, de keywordtool.io website:

<https://keywordtool.io/es/search/keywords/google/102987878?category=web&keyword=tamp%C3%B3n&country=CO&language=es-419#suggestions>

Mayo Clinic. (s.f.). Ciclo menstrual: qué es normal y qué no. Recuperado el 11 de diciembre de 2021, de MayoClinic.org website: <https://www.mayoclinic.org/es-es/healthy-lifestyle/womens-health/in-depth/menstrual-cycle/art-20047186#:~:text=El%20ciclo%20menstrual%20es%20la,al%20%C3%BAter%20>

Mayo Clinic. (s.f.). Marihuana medicinal. Recuperado el 11 de diciembre de 2021, de MayoClinic.org website: <https://www.mayoclinic.org/es-es/healthy-lifestyle/consumerhealth/in-depth/medical-marijuana/art-20137855>

MedlinePlus. (s.f.). Cannabidiol (CBD). Recuperado el 11 de diciembre de 2021, de Medlineplus website: <https://medlineplus.gov/spanish/druginfo/natural/1439.html>

MedlinePlus. (s.f.). Síndrome de shock tóxico. Recuperado el 11 de diciembre de 2021, de Medlineplus website: <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/000653.htm>

Real Academia Española. (2021). Analgésico. Recuperado el 11 de diciembre de 2021, de dle.rae.es website: <https://dle.rae.es/analgésico>

Real Academia Española. (2021). Antiespasmódico. Recuperado el 11 de diciembre de 2021, de dle.rae.es website: <https://dle.rae.es/antiespasmódico>

Real Academia Española. (2021). Tampón. Recuperado el 11 de diciembre de 2021, de dle.rae.es website: <https://dle.rae.es/tamp%C3%B3n>

Romero, V. (21 de abril de 2020). Email Marketing [Unidad de Video]. Recuperado el 11 de noviembre de 2021 de: https://uredumy.sharepoint.com/personal/vivianac_romero_urosario_edu_co/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fvivianac%5Ffromero%5Furosario%5Fedu%5Fco%2FDocuments%2FE%2Dmail%20Marketing%20Videos&ct=1638204293627&or=OWA%2DNT&cid=47b5627b%2D1254%2Dc37b%2D1173%2D8c7093482bc0

Romero, V. (21 de marzo de 2020). Aspectos On Page [Unidad de Video]. Recuperado el 11 de noviembre de 2021 de: https://uredumy.sharepoint.com/personal/vivianac_romero_urosario_edu_co/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fvivianac%5Ffromero%5Furosario%5Fedu%5Fco%2FDocuments%2FVideos%20Estrategia%20SEO%20y%20SEM&ct=1638203915741&or=OWA%2DNT&cid=617cb577%2D4502%2D6813%2Df5af%2D696596649863

Romero, V. (21 de marzo de 2020). Estructura SEM [Unidad de Video]. Recuperado el 11 de noviembre de 2021 de: https://uredumy.sharepoint.com/personal/vivianac_romero_urosario_edu_co/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fvivianac%5Ffromero%5Furosario%5Fedu%5Fco%2FDocuments%2FVideos%20Estrategia%20SEO%20y%20SEM&ct=1638203915741&or=OWA%2DNT&cid=617cb577%2D4502%2D6813%2Df5af%2D696596649863

Romero, V. (22 de marzo de 2020). Diagnóstico SEO [Unidad de Video]. Recuperado el 11 de noviembre de 2021 de: https://uredumy.sharepoint.com/personal/vivianac_romero_urosario_edu_co/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fvivianac%5Ffromero%5Furosario%5Fedu%5Fco%2FDocuments%2FVideos%20Estrategia%20SEO%20y%20SEM&ct=1638203915741&or=OWA%2DNT&cid=617cb577%2D4502%2D6813%2Df5af%2D696596649863

my.sharepoint.com/personal/vivianac_romero_urosario_edu_co/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fvivianac%5Ffromero%5Furosario%5Fedu%5Fco%2FDocuments%2FUnidad%201%20Diagn%C3%B3stico%20SEO&ct=1638203665152&or=OWA%2DNT&cid=f86a57e8%2D3685%2D7576%2Dd9d3%2Dc3850055b02d

Similar Web. (s.f.). Nosotrasonline.com.co. Recuperado el 11 de noviembre de 2021, de similarweb website:

<https://www.similarweb.com/website/nosotrasonline.com.co/#overview>

Similar Web. (s.f.). Tampax.com. Recuperado el 11 de noviembre de 2021, de similarweb website: <https://www.similarweb.com/website/tampax.com/#overview>

Solé, L. (2019). Biodegradable y compostable: confusiones y aclaraciones. Recuperado el 11 de diciembre de 2021, de opciones.org website: <https://opcions.org/es/consumo/biodegradable-compostable/>

Soovle. (s.f.). Tampón con cbd. Recuperado el 12 de noviembre de 2021, de soovle website: <https://soovle.com>

Soovle. (s.f.). Tampón. Recuperado el 12 de noviembre de 2021, de soovle website: <https://soovle.com>

Website Grader. (s.f.). Nosotrasonline.com.co. Recuperado el 11 de noviembre de 2021, de website.grader website: <https://website.grader.com/es/tests/www.nosotrasonline.com.co>

Website Grader. (s.f.). Tampax.com. Recuperado el 11 de noviembre de 2021, de website.grader website: <https://website.grader.com/es/tests/tampax.com>