



BienCar

Trabajo de Grado

Julian Camilo Acevedo Morales

Cesar Alejandro Gutierrez Garcia

Carlos Andres Hoyos Henao

Laura Camila Medina Cerero

Daniel Tavera Cardozo

Bogotá D.C.

2023



BienCar

Trabajo de Grado

Julian Camilo Acevedo Morales

Cesar Alejandro Gutierrez Garcia

Carlos Andres Hoyos Henao

Laura Camila Medina Cerero

Daniel Tavera Cardozo

Tutor Viviana Carolina Romero Peralta

Administración de Negocios Internacionales

Administración en Logística y Producción

Bogota D.C.

2023

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito el documento de título “Biencar”, en la opción de grado de PADE II y que por lo tanto, su contenido es original.

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

Julian Camilo Acevedo Morales

Cesar Alejandro Gutierrez Garcia

Carlos Andres Hoyos Henao

Laura Camila Medina Cerero

Daniel Tavera Cardozo

Declaración de exoneración de responsabilidad

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

Julian Camilo Acevedo Morales

Cesar Alejandro Gutierrez Garcia

Carlos Andres Hoyos Henao

Laura Camila Medina Cerero

Daniel Tavera Cardozo

Tabla de contenido

Glosario.....	9
Resumen.....	10
Abstract.....	11
1. Introducción	12
2. Producto	13
2.1 Sector.....	13
2.2 Concepto.....	14
2.3 Valor Agregado	14
2.4 Datos técnicos	15
2.5 Descripción.....	15
2.6 Misión.....	16
2.7 Visión	17
3. Ideas de contenido.....	17
3.1 Objetivo de la estrategia de contenidos.....	17
4. Objetivo y tipo de mensaje	19
4.1 Contenido t3pico	19
4.2 Community.....	20
4.3 Marketing	21
4.4 Institucional.....	22

	6
4.5 Interacción.....	22
5. Objetivos corporativos.....	23
6. Buyer Persona.....	24
7. Posicionamiento SEO.....	27
7.1 Listado de Keywords.....	27
7.2 Keywords primarias.....	27
7.3 Página.....	28
8. Página Web.....	28
8.1 Logotipo.....	29
8.2 Menú de Navegación.....	30
8.3 Marca.....	31
8.4 Call to Action.....	32
8.5 Seccion de nosotros.....	34
8.6 Portafolio de productos.....	36
8.7 Encuentranos.....	38
8.8 Chat.....	39
8.9 Video para información hacia los clientes.....	39
9. Publicidad y anuncios en Internet.....	40
9.1 Objetivo.....	40
9.2 Público objetivo.....	41

	7
9.3 Estrategia.....	41
9.4 Acción a realizar.....	42
10. Estrategia de redes sociales.....	42
10.1 Atracción, interacción o conversión?.....	42
10.2 Acciones a realizar	43
11. Email marketing.....	45
12. Marketing de proximidad.....	47
13. Conclusión	48
14. Bibliografía	49

Tabla de ilustraciones

Figura 1	18
Figura 2	26
Figura 3	29
Figura 4	31
Figura 5	32
Figura 6	33
Figura 7	33
Figura 8	34
Figura 9	35
Figura 10	36
Figura 11	36
Figura 12	37
Figura 13	37
Figura 14	38
Figura 15	39
Figura 16	40
Figura 17	44
Figura 18	46

Glosario

Películas polarizadas Según la RAE polarizar se define como “Restringir en una dirección las vibraciones de una onda transversal, como la luz u otras radiaciones electromagnéticas.” por lo que una película polarizada se entiende como una lámina que recubre una superficie para restringir las ondas como la luz y otras radiaciones electromagnéticas.

Estrategía digital Se define como la dirección de un proyecto relacionado al entorno digital como lo son las redes sociales y de comunicación.

Resumen

A continuación, se realizará una propuesta de negocio bajo el nombre de marca “BIENCAR”, esta se presenta como una empresa dedicada a la instalación de películas de protección a vehículos particulares. Se realizará una estrategia de marketing para la empresa donde se encontrarán componentes que permitan ampliar la visión del negocio a los posibles consumidores y entender cómo la marca puede llegar a estos de la manera más asertiva y de forma durable. En el documento se incluyen conceptos como objetivos corporativos, ideas de contenido, buyer persona y herramientas digitales. Se tiene como objetivo que la marca sea cercana a los consumidores entregando una relación más profunda aparte de la de negocios, sino que se conecten las necesidades de los consumidores con las soluciones que se ofrecen y envolver a los clientes en un ambiente amigable con contenidos relacionados de forma indirecta que sean de interés para cada miembro de la familia Bien Car, ya sea de forma digital o física, con espacios y herramientas que permitan a la marca crear la mayor proximidad posible a los clientes potenciales y fortalecer la relación con los clientes que ya cuentan con nuestros productos.

Palabras clave Bogotá, Carros, Contenido, Estrategia, Marca, Películas, Polarizados.

Abstract

Next, a business proposal will be made under the brand name "BIENCAR", this is presented as a company dedicated to the installation of protective films to private vehicles. A marketing strategy will be developed for the company where components will be found to expand the vision of the business to potential consumers and understand how the brand can reach them in the most assertive and durable way. The document includes concepts such as corporate objectives, content ideas, buyer persona and digital tools. The objective is for the brand to be close to consumers by delivering a deeper relationship apart from the business one, but to connect the needs of consumers with the solutions offered and involve customers in a friendly environment with indirectly related content that is of interest to each member of the BienCar family, either digitally or physically, with spaces and tools that allow the brand to create the greatest possible proximity to potential customers and strengthen the relationship with customers who already have our products.

Key words Bogotá, Cars, Content, Strategy, Brand, Films, Polarized films.

1. Introducción

Un preámbulo importante a tomar en cuenta para empezar a analizar *BIENCAR* es de donde surgió la idea de negocio, por que se creyó importante crear este producto que no tienen tanta demanda en el mercado colombiano, pues lo primero que se realizó fue una búsqueda de qué accesorios se le pueden agregar a un carro, con la idea de crear uno nuevo, pero encontramos que la mayoría de estos eran relacionados con el lujo, con el fin de hacer ver su vehículo más moderno, o más grande, más alto, entre otros, y entre ellos fue donde encontramos que uno de estos accesorios eran películas que le ponían a los vidrios para hacer que no se viera al otro lado del vidrio, pero así mismo no había muchas opciones en el mercado, para una persona del común que quisiera adquirir esto y que no sepa del tema, se le haría muy complicado conseguirla, por eso fue creamos *BIENCAR*, esto con el propósito de brindar una solución a nuestro público objetivo, igualmente quisimos llegar con los estándares más altos y la mejor calidad en el producto, de ahí es que encontramos a 3M, una multinacional especializada en dotaciones o suministros para equipamiento industrial, esta cuenta con una película no solamente encargada de oscurecer el vidrio del carro, sino además evita que pase hasta el 99% de luz UV (3M, 2023), este referencia se denomina *Película para Ventanas Automotrices 3M™ Serie FX-ST*, con este producto innovador es que llegamos a un futuro buyer persona explicado más adelante. Aquí estamos satisfaciendo la necesidad de librarse del molesto sol en un día común y corriente de un conductor, sino también en condiciones de tráfico, teniendo en cuenta que Bogotá es la cuarta ciudad más congestionada a nivel mundial, haciendo que los ciudadanos se traten un 55% más en el trayecto por culpa del tráfico, esto según *Traffic Index* (Becerra, 2022), entonces el poder brindar una película con un Factor de Protección Solar (FPS) de 1000, ayudará a que el conductor tenga un

viaje más ameno, esté tranquilo de que el interior de su vehículo no se verá afectado y que mucho menos va a adquirir problemas en la piel a causa de la radiación solar, esta es una de las necesidades que se satisfacen, y otra importante para la ciudad, es que gracias a las diferentes opciones que ofrece la empresa 3M de transmisión de luz visible, el cliente puede elegir con qué porcentaje de “oscuridad” quiere su película, esto con el fin de evitar hurtos en la calle, poder dejar las pertenencias en el vehículo y que al exterior se dificulte la vista del interior, generando en el cliente confort y tranquilidad al momento de manejar.

2. Producto

Como se estableció anteriormente en Entrega final Opción de Grado I - PADE el sector, misión, visión, concepto, valor agregado y descripción se definen como

2.1 Sector

El producto hace parte de los sectores automotriz y plástico, dentro de este último en la distinción de adhesivos.

2.2 Concepto

El producto y servicio consta de la comercialización e instalación de una película para el control de la luz y la temperatura en los vehículos particulares que buscan ampliar el nivel de agrado durante su uso, haciendo que los consumidores puedan disfrutar sus vehículos

2.3 Valor Agregado

El producto no solo brinda las características físicas mencionadas sino que a su vez cuenta con aspectos como garantías post venta, asesoramiento para la adquisición precisa sobre el producto de acuerdo con las necesidades específicas del cliente, respaldo de calidad frente al mercado, instalación del producto. A lo anterior se suma una experiencia completa de atención al cliente y bienestar durante el uso del producto, es así como este da un estatus de satisfacción superior, representa ventajas en la cotidianidad, sobre aspectos como lo es el confort.

Según la Página oficial de 3M las características del producto son

2.4 Datos técnicos

- Nombre Serie FX-ST
- Excelente rendimiento de rechazo de calor
- sin metalizar para mantener el contacto con GPS
- bloqueo UV de hasta el 99%
- Reducción de resplandor

2.5 Descripción

Así mismo la empresa 3M informa que el producto cuenta con dimensiones de 1,5m de ancho y 30,4 de largo. Genera una transmisión de luz de 20 %, 35 %, 5 %, 50 %. el producto está diseñado para proteger a los usuarios de la luz solar durante el uso de sus vehículos, también permite una protección al carro por que previene el deterioro interno de los tableros y tapicería, adicionalmente evita rayones en el vidrio y mejora la temperatura interna del vehículo para mayor satisfacción de los usuarios que buscan protegerse del calor.

2.6 Misión

BienCar es un producto que busca ampliar de manera positiva la experiencia de conducción para los capitalinos, la empresa quiere hacer parte del estilo de vida de los ciudadanos que cuenten con nuestros productos dándole una ventaja sobre la cotidianidad de los usos de un vehículo de transporte particular. En principio de BienCar es que aquellos que hagan parte de esta experiencia sientan la diferencia sobre aquellos que no cuentan con nuestros productos, la compañía se da para ser un aliado frente a los desafíos a los que un conductor puede enfrentarse en una ciudad como Bogotá, sin delimitar su acción a esta locacion geografica.

2.7 Visión

BienCar quiere ser el amigo número uno de los conductores a nivel nacional para el 2027, busca apoyar a sus consumidores con temas como lo son la salud y el confort. Con presencia en las principales ciudades como Barranquilla, Medellín, Bucaramanga, Villavicencio, Cali y Tunja.. También, se busca que la disposición de nuestro producto sea un valor agregado de valorización, bien pues BienCar ayuda a prolongar la vida útil de los vehículos haciendo al consumidor consciente que es una forma de proteger sus intereses.

3. Ideas de contenido

3.1 Objetivo de la estrategia de contenidos

Esta estrategia es creada para poder tener una mayor claridad acerca de la forma de obtener un cliente, y las etapas del mismo, para poder llegar finalmente a lo que se conoce como fidelización y recomendación. Con esta estrategia de contenidos podemos crear piezas gráficas acercándonos a los clientes con un fin en específico, esto considerándolo como marketing, una vez se realicen estas, se conseguirá tener más acercamiento al cliente ideal para BienCar. 6.2 Contenidos embudo

ATRACCIÓN	CONVERSIÓN
1. Enseñar a los clientes que es lo que ofrece nuestro producto a comparación de una película convencional, por medio de pruebas al sol	1. Crear promociones diferentes a la competencia donde se puedan adquirir varios de nuestros productos.
2. Ofrecemos el servicio completo de distribución e instalación con garantía directamente de una de las marcas más grandes en el mercado de equipamiento industrial	2. Implementar una estrategia donde se muestre como se siente tener un automóvil sin ninguno de nuestros productos, a adquirir nuestros productos con todo el paquete.
3. Información publicitaria a través de testimonios de como ha venido siendo la experiencia de pertenecer a la familia de BienCar y la recomendación de sus productos	
INTERACCIÓN	FIDELIZACIÓN Y RECOMPRA
1. Creación de eventos relacionados con la eficiencia del producto, conociendo las propiedades que ofrece, dejando que los pilotos o pasajeros de los carros comprueben por ellos mismo que efectivamente tenemos un producto de calidad	1. Usar por medio de experiencias de clientes antiguos la posibilidad de seguir comprando nuestros productos a menor precio si consigue que alguien vaya de referido por su experiencia
2. Explicar los dañinos efectos de los rayos UV al contacto del interior del vehículo y de nuestra piel, así mismo las ventajas que tendrá la instalación de este. Los clientes sentirán los productos y participarán activamente para decidir si se siente la diferencia a un carro casual.	2. Ofrecer financiación de nuestros productos cuando se obtiene el plan completo de todas las ventanas creando accesibilidad a nuestra familia de BienCar

Figura 1 Las cuatro formas de generar contenido de embudo

Fuente Idea Propia

4. Objetivo y tipo de mensaje

Con base en la clasificación e identificación de los posibles consumidores, teniendo en cuenta sus intereses y como nuestro producto puede reflejarse de manera positiva en su cotidianidad se establece que los tipos de mensaje con los que se cree se realizará un acercamiento más eficiente y perdurable son, atributos y beneficios con emocional y de involucramiento. Esto se realizará con un esquema de contenido de embudo que se conecta con el contenido tópico el cual encierra factores como el presencial y el digital de cara a los gustos de los consumidores.

4.1 Contenido tópico

En esta parte se dividen en 4 secciones las ideas de aproximación al cliente que se definieron antes y con base en los contenidos de embudo.

4.2 Community

Este tipo de contenido encierra temas que rodean a nuestro producto de forma indirecta como productos complementarios o servicios relacionados en la adquisición del producto. Se definieron los siguientes 3 puntos para nuestra community BIENCAR.

- Protección dérmica
 - Contenido sobre la protección para la piel, datos médicos, exposición a escenarios de riesgo
- Cuidados integrales para su vehículo
 - Cursos físicos y virtuales sobre el cuidado interior del carro, tapicería y tableros
- Inversión automovilística
 - Conferencias para la buena inversión

4.3 Marketing

Este tipo de contenido es el que nos permite generar una presentación de atributos al consumidor, a continuación se definieron 3 puntos para el marketing de BIENCAR.

- Protección respaldada con proveedores calificados como 3M
 - Presentación del logo del proveedor 3M

- Ubicarnos cerca a los concesionarios
 - Poster tamaño completo en las salidas e ingresos

- El mejor look para tu carro
 - Fotos en redes de las aplicaciones de las películas

4.4 Institucional

Con este contenido se busca transmitir los datos e información técnica sobre lo que se puede lograr y las prestaciones que promete el uso del producto.

- Contamos con certificados de calidad internacionales

4.5 Interacción

Este contenido es meramente para crear o mantener la interacción de la marca con nuestros clientes, sean prospectos o consumidores ya fidelizados.

- Festivales automotrices
 - REVISTA MOTOR, FERIA DEL CARRO (UNICENTRO, GALERÍAS)
- Patrocinio de eventos de salud

- Eventos cáncer de melanoma y piel 13 junio

5. Objetivos corporativos

Objetivo de Atracción Aumentar el click rate de la publicidad (de 0 a 8%) en los próximos 12 meses, ofreciendo nuestro nuevo producto a los clientes potenciales determinados en la segmentación de la marca.

Objetivo de Acción Aumentar las ventas a 100 en los primeros 6 meses, y a partir de ahí mensualmente crecer un 1% hasta los 12 meses.

Objetivo de Conversión Realizar un número de 30 ventas por medio de nuestra promoción digital a finales del cuarto mes.

Objetivo de Fidelización Crear una parrilla de fidelización que a los 12 meses mantenga al 30% de nuestros clientes como compradores activos de los productos de cuidado del vehículo.

Objetivo de Recomendación Encuestar al 40% de nuestros nuevos compradores frente a su motivo por el cual conocieron la marca para los últimos 3 meses del año.

6. Buyer Persona

Alan Britto es un administrador de empresas trabajador dedicado y devoto a su familia, hace pocos años está conformando su hogar, tiene 35 años y dentro de las estadísticas globales mantiene un buen sueldo para su edad. Alan trabaja diariamente con el fin de lograr pasar las mejores experiencias con su familia y sus amigos, es un comprador activo dentro del mercado y se esfuerza por mantener el ahorro de sus gastos sin sacrificar sus beneficios.

Al ser una persona familiar Britto trata de trabajar estrictamente lo necesario para traer consigo privilegios a su hogar sin sacrificar tiempo con su familia para poder vivir experiencias, Al mismo tiempo para lograr traer ese tipo de privilegios es cuidadoso con los productos que compra pues al ser un ahorrador, siempre espera tener un beneficio real al realizar sus compras, más que todo el se preocupa por la seguridad de su familia y principalmente de su hijo.

El es un consumidor digital de redes sociales y de constante relacionamiento con sus amigos por medios digitales por lo que una gran parte de su tiempo libre revisa por periodos cortos redes sociales y se mantiene al tanto de nuevos productos tecnológicos que pueden tener un beneficio y un nuevo estilo en su rutina constante. con esto dentro de su trabajo los pequeños tiempo de descanso los dedica a revisar rápidamente sus círculos sociales y familiares para no perder el contacto con ellos. Sus redes sociales más participativas son Instagram y LinkedIn, además al ser amante del automovilismo le gusta revisar sitios de venta de automóviles e influenciadores de esa industria como por ejemplo la revista motor.

Alan es un cliente importante pues al ser una persona social puede hacer llegar a más personas con sus gustos el producto, Además, otorgamos un servicio de calidad y seguridad que genera una fidelidad del usuario hacia el producto y servicio.



Figura 2 Esquema ejemplo de buyer persona

Fuente Idea propia

7. Posicionamiento SEO

7.1 Listado de Keywords

Polarizados, carros, películas, Bogotá, protección, vidrios, seguridad, autos.

7.2 Keywords primarias

Polarizados / Carros/ Bogotá

7.3 Página

URL [http://www.bienicar.com/peliculas de seguridad y polarizados/carros/ Bogotá](http://www.bienicar.com/peliculas%20de%20seguridad%20y%20polarizados/carros/Bogotá)

Meta Descripción Somos especialistas en la instalación de películas de seguridad y polarizados para tú carro en la ciudad de Bogotá. Contamos con la mejor calidad y servicio, conoce los beneficios que trae Bienicar para tu auto y para ti. Obtén la protección y seguridad que deseas a un solo click !!

Título de la página Polarizados y Peliculas de seguridad

Título de contenido Polarizados Bogotá | BienCar

8. Página Web

<https://candreshoyoshenao.wixsite.com/bienicar>

8.1 Logotipo

El logotipo de BienCar tiene forma de carro deportivo de color negro para mostrar a los clientes que BienCar es una empresa elegante y segura, el automovil se encuentra sobre una via queriendo resaltar la durabilidad de las peliculas de proteccion.



Figura 3 Propuesta logotipo de BienCar

Fuente Idea propia

8.2 Menú de Navegación

El menú de navegación se encuentra en la parte superior donde encontramos nuestras páginas web, y diferentes botones (acerca de, reciba una cotización, clientes, contacto, nuestro equipo) para que la persona genere interacción para conocer más sobre Biencar o sobre el servicio que prestamos.

En el botón de nosotros, encontramos la misión, esencia y visión de la empresa

En el botón de reciba una cotización, el cliente puede llenar información requerida para que conozca el precio que va a tener el servicio.

En el botón de clientes están comentarios que tienen varios clientes hacia el producto y/o la empresa.

En el botón de contacto, estará información de la empresa como número telefónico, o correos, para que las personas se pongan en contacto para requerir información y seguir con el proceso de compra.

En el botón de nuestro equipo encontrará el cómo está dividido el equipo de trabajo de Biencar, y que los clientes se sientan más parte de esta empresa.



Figura 4 Página de Inicio página web de la compañía

Fuente Idea Propia

8.3 Marca

En la página web se observan imágenes relacionadas con BienCar, como son las películas de seguridad o automóviles, con colores cálidos y fríos para representar la seguridad, muy similares a los del logotipo.

8.4 Call to Action

Al principio y al final de las secciones se encuentran nuestras redes sociales para generar interacción de las clientes, aparte de las redes sociales, se encuentra al final de las secciones, el correo y una parte para requerir información. Además tienen un boton permanente que conduce directamente a whatsapp el cual se llama “lets chat”



Figura 5 Página de Inicio página web de la compañía

Fuente Idea Propia



Póngase en contacto

Nombre *
Ingresa tu nombre

Email *
Ingresa tu email

Asunto
Escribe el asunto

Mensaje
Escribe tu mensaje aquí...

Enviar

Let's Chat!

Figura 6 Pantalla de comunicación en la página web de la compañía

Fuente Idea Propia

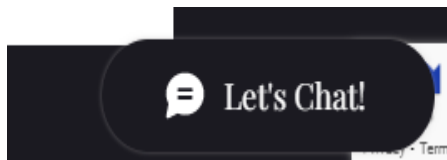


Figura 7 Botón de chat de Inicio página web de la compañía

Fuente Idea Propia

8.5 Sección de nosotros

En esta sección encontramos información de la empresa como la misión, esencia, promesa y visión de la empresa.



Figura 8 Pantalla de información Esencia en la página web de la compañía

Fuente Idea Propia



Figura 9 Pantalla de información Marca en la página web de la compañía

Fuente Idea Propia

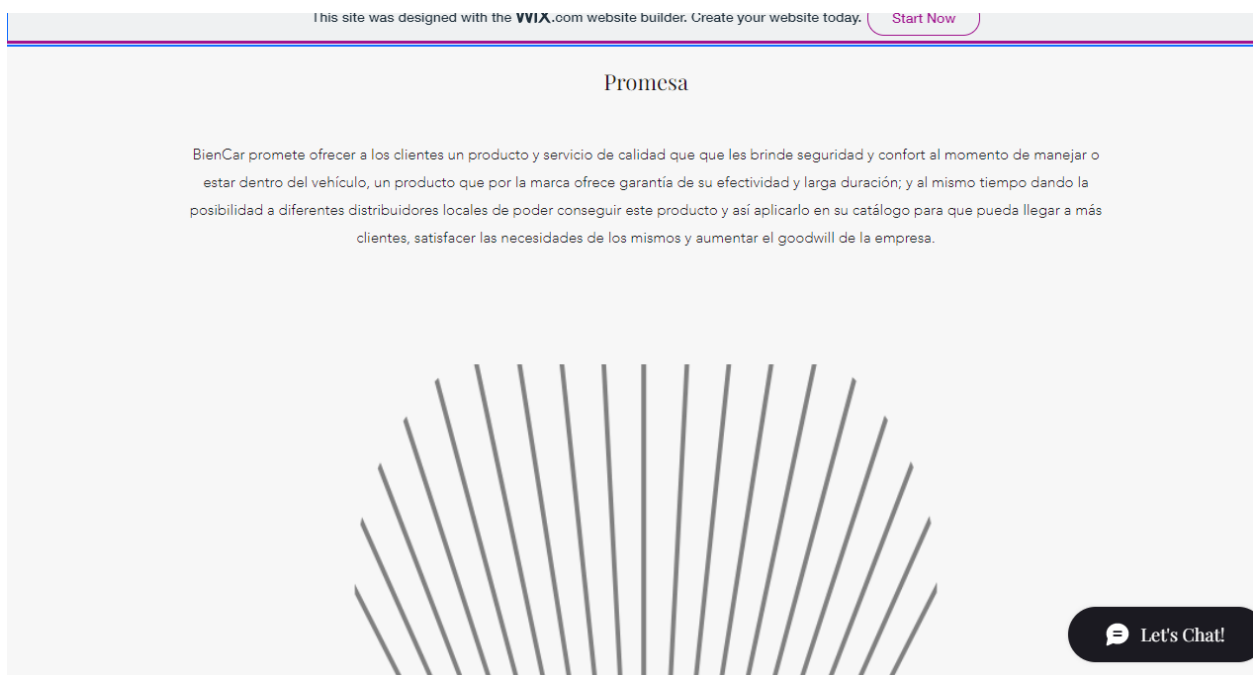


Figura 10 Pantalla de información Promesa en la página web de la compañía

Fuente Idea Propia

8.6 Portafolio de productos

El portafolio de productos se encuentra en la página de inicio, y explica el precio que tiene este y el tiempo de duración del procedimiento.



Figura 11 Pantalla del servicio de detallado exterior e interior en la página web de la compañía

Fuente Idea Propia

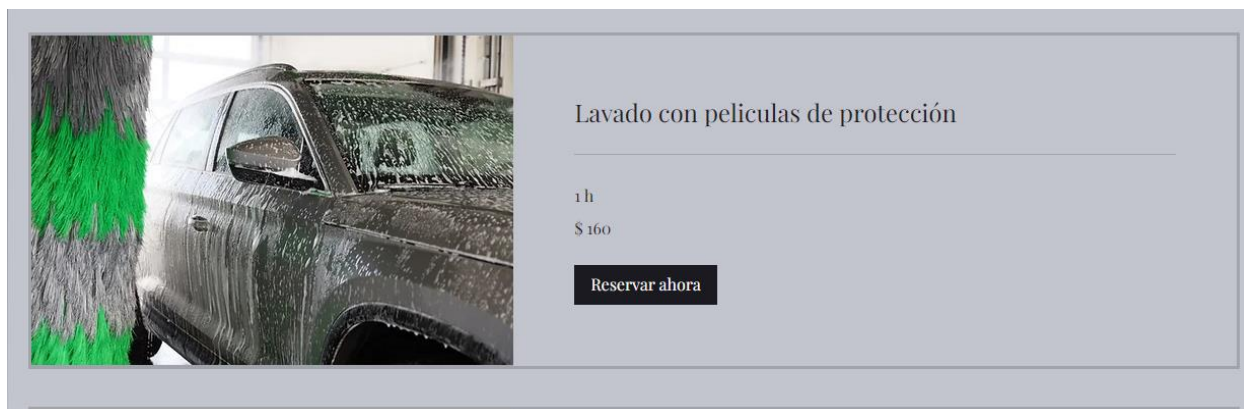


Figura 12 Pantalla del servicio de lavado en la página web de la compañía

Fuente Idea Propia

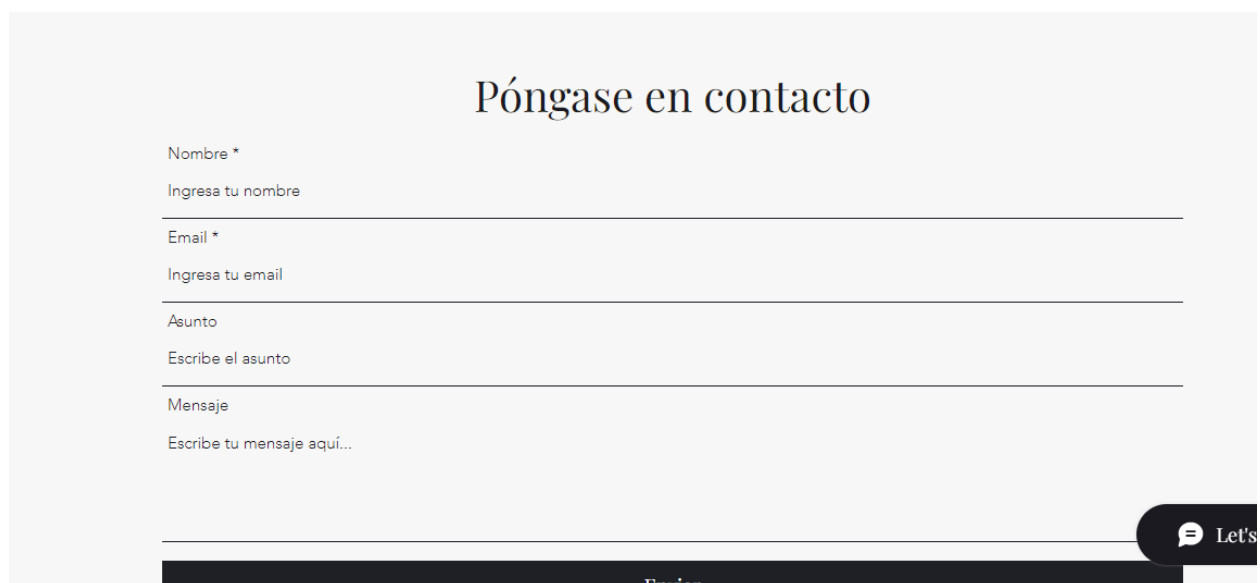


Figura 13 Pantalla del servicio de películas en la página web de la compañía

Fuente Idea Propia

8.7 Encuéntranos

Se encuentra en el penúltimo botón para que dejen los datos y la persona encargada se comunique para otorgarles información, además enviar al correo de esas personas promociones o descuentos para atraer y retener más clientes.



Póngase en contacto

Nombre *

Ingresar tu nombre

Email *

Ingresar tu email

Asunto

Escribe el asunto

Mensaje

Escribe tu mensaje aquí...

Envíame

Let's

Figura 14 Pantalla de comunicación en la página web de la compañía

Fuente Idea Propia

8.8 Chat

En todas las secciones siempre va a haber un botón flotante para que las personas estén a un “solo click” en comunicarse por medio de whatsapp con un encargado de Biencar para dar la información requerida.

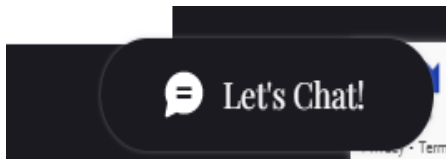


Figura 15 Botón de chat de Inicio página web de la compañía

Fuente Idea Propia

8.9 Video para información hacia los clientes



Figura 16 Pantalla de inicio página web de la compañía

Fuente Idea Propia

9. Publicidad y anuncios en Internet

9.1 Objetivo

Conseguir primordialmente reconocimiento a una mayor escala, haciendo que por la simple forma en la que está diseñada la página web y nuestros anuncios online, nuestros futuros clientes den el primer paso hacia la compra y pertenecer a la familia de BienCar

9.2 Público objetivo

Personas desde 28 años a 40 años con acceso a un automóvil y con disposición a tener un mejor estilo de vida manejando.

9.3 Estrategia

Estrategia de atracción

9.4 Acción a realizar

Generar contenido gráfico donde se muestre el uso de nuestros productos, lo que ofrecemos, nuestra calidad en el servicio, las ventajas que obtendrás al usarlo, y los lugares donde lo puedes conseguir, esto para llegar a la compra final.

10. Estrategia de redes sociales

Nuestra estrategia en redes sociales es atacar principalmente las redes que más usan nuestra competencia y también las que más usan nuestro público objetivo por ejemplo el principal competidor se llama polarizados ya el cual tiene Instagram 18 mil seguidores, En tiktok 509.2K, En facebook tiene 127 mil seguidores y también atiende por whatsapp

10.1 Atracción, interacción o conversión?

Objetivo de Atracción

10.2 Acciones a realizar

Con estas publicaciones en Instagram y Facebook se quiere llegar a esas personas indecisas y aquellas que aún no habían creado la necesidad de polarizar los vidrios de su carro, mostrando los beneficios que ofrece Biencar y los productos con los que cuenta, además de presentar la marca y el detrás de nuestros procesos.

Post en Instagram y Facebook





Figura 17 Publicidad tipo post para redes sociales instagram y facebook

Fuente Idea Propia

11. Email marketing

El email marketing nos enfocaremos en enviar correos a clientes y a personas que han llenado información de contacto para realizar un acercamiento y enviarles promociones o códigos para retenerlos o llamar su atención y adquirirlos.

El correo además de enviar cupones y tener relación empresa a clientes, también es para recibir felicitaciones, quejas o reclamos.

El correo es BienCar@gmail.com



Hola Carlos,
 Vimos que estas interesado en tener protección en tu automóvil!
 Queremos ofrecerte un 10% por tu primera compra.

Muchas gracias.
 Estamos para ti.

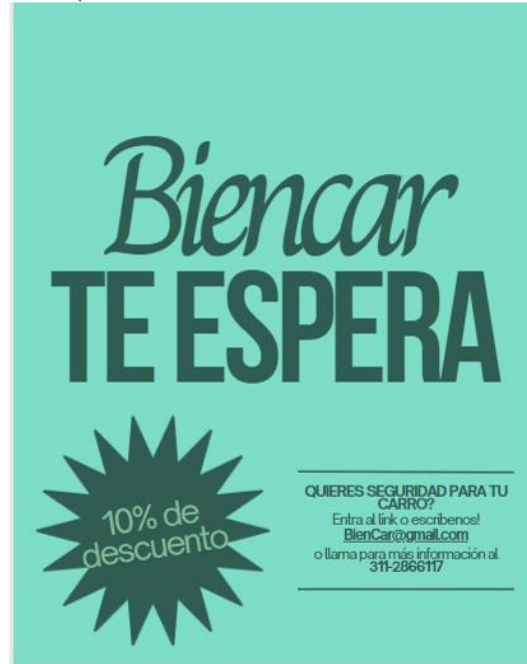


Figura 18 Publicidad tipo anuncio para correo electrónico

Fuente Idea Propia

12. Marketing de proximidad

Con esta estrategia se busca generar interés oportuno en los lugares que frecuenten los posibles consumidores, utilizando los QR o los Beacons con metodologías y posibles tácticas concretas.

QR Estos se colocaron en los carteles y pancartas que están cerca a los concesionarios y ferias donde se vaya a participar de tal forma que las personas relaciones la información al momento en el que están buscando integrar a sus vehículos un plus de confort y seguridad. Al igual que en revistas y en centros comerciales.

Beacons Estos se distribuyen en parqueaderos y en autolavados donde se promueva la protección solar y el cuidado de los interiores como también en puntos cerca a lugares de alto tráfico vehicular donde se busque cuidar el confort de los pasajeros y conductores.

13. Conclusión

Para la elaboración de una nueva marca, empresa, emprendimiento o proyecto, es esencial realizar un verdadero estudio de mercado y de planeación pues al realizar este proceso se puede determinar la viabilidad de un proyecto de una manera tanto financiera como actitudinalmente, por lo que proteger el proceso antes de que empiece puede ser determinante para el éxito de una compañía. Al mismo tiempo podemos entender que bien car tiene una proyección digital con alto potencial de crecimiento pues contamos con un mercado activo que desea sentir la seguridad y la comodidad de los productos pues al tener competidores informales no generan ese sentimiento de seguridad para los compradores.

Comprendiendo lo dicho anteriormente podemos dictar que el proceso de llevar BienCar a cabo es un reto que se puede considerar viable a nivel de mercado y proyección digital, sin embargo es muy importante desarrollar un análisis financiero del mismo para comprender la viabilidad financiera del proyecto pues en teoría tiene potencial de creación y de crecimiento tanto de mercado como digital.

14. Bibliografía

Película para Ventanas Automotrices 3M™ Serie FX-ST. (s/f). Recuperado el 20 de mayo de 2023, de 3M website: http://www.3m.com.co/3M/es_CO/p/d/b5005059005/

Alternativa GRATIS al Planificador de Palabras Claves (Google). (s/f). Recuperado el 16 de mayo de 2023, de Keywordtool.io website: <http://keywordtool.io/es>

Barreto, L. (2021, mayo 20). *Así podrás polarizar los vidrios de tu vehículo.* Recuperado el 15 de mayo de 2023 de Bogota.gov.co website: <http://bogota.gov.co/mi-ciudad/movilidad/proceso-para-polarizar-los-vidrios-de-tu-vehiculo>

Becerra, B. X. (2022, marzo 18). *Bogotá es la cuarta ciudad del mundo con peor tráfico vehicular según Traffic Index.* Recuperado el 10 de mayo de Diario La República website: <http://www.larepublica.co/globoeconomia/bogota-cuarta-ciudad-en-el-mundo-con-el-peor-traffic-vehicular-segun-nuevo-ranking-3325102>

Hoyos, C. et al. (2022) *Entrega final Opción de Grado I - PADE.* Recuperado el 28 de abril de Universidad del Rosario.

Página web gratis. (s/f). ES Wix HP B Vers. Recuperado el 16 de mayo de 2023, de Wix website: <http://es.wix.com>

Rueda, A. (2022, 26 junio). *¿Cómo afecta el sol a la pintura del coche y a los plásticos interiores?* Recuperado el 16 de mayo de El Motor website: <http://motor.elpais.com/conducir/como-afecta-el-sol-a-la-pintura-del-coche-y-a-los-plasticos-interiores/>

Semrush tu todo en uno para investigación competitiva. (s/f). Recuperado el 25 de abril de 2023, de Semrush website: <http://es.semrush.com/projects/>

Similarweb.com (s/f). Recuperado el 16 de mayo de 2023, de Similarweb website: <https://www.similarweb.com>

Soovle - Let the web help. (s/f). Recuperado el 10 de mayo de 2023, de Soovle.com website:
[http//soovle.com](http://soovle.com)