



**Universidad del
Rosario**

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

PADE II / PROGRAMA AVANZADO DE FORMACIÓN EJECUTIVA SEMINARIO

TRABAJO DE GRADO

PROYECTO DE GRADO PADE II

ESTEFANÍA GIRALDO CORREA

NATALIA RISSARDO AGUILAR

ANGIE ALEJANDRA VELASCO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

BOGOTA D. C, COLOMBIA

2022



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

/PADE II / PROGRAMA AVANZADO DE FORMACIÓN EJECUTIVA SEMINARIO

TRABAJO DE GRADO

Proyecto de Grado PADEII

Estefanía Giraldo Correa

Natalia Rissardo Aguilar

Angie Alejandra Velasco

Tutor: Viviana Carolina Romero Peralta

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

BOGOTA D. C, COLOMBIA

2022

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUCCIÓN | 13 |
| 2. OBJETIVOS..... | 14 |
| 2.1 Objetivo General..... | 14 |
| 2.2 Objetivos Especificos | 14 |
| 3. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO..... | 14 |
| 3.1 Detox (Desintoxica y Repara) | 14 |
| 3.1.1. Verde | 14 |
| 3.2 Antioxidante y Energizante..... | 20 |
| 3.2.1. Choco – Fresa | 21 |
| 3.3.1. Naranja - Durazno – Zanahoria | 22 |
| 3.4 Apoyo al aparato digestivo y Fortalecimiento Cardiaco | 23 |
| 3.4.1. Frutos y Vegetales Rojos | 22 |
| 3.5 Anti-Inflamatorio y Vitaminización de la Piel: | 23 |
| 3.5.1. Frutos y Vegetales Amarillos | 24 |
| 4. ANÁLISIS DIGITAL DE LA COMPETENCIA..... | 25 |
| 5. DEFINICIÓN DEL BUYER PERSONA..... | 26 |
| 6. IDEAS DE CONTECIDOS PARA LA ESTRATEGIA DIGITAL..... | 27 |
| 6.1. Objetivo de la Estrategia de Contenidos..... | 27 |
| 6.2. Contenidos Embudo | 27 |

| | |
|---|-----------|
| 6.3. Mix de la Estrategia de Contenidos..... | 27 |
| 6.3.1. Estrategia de Contenido de Comunidad..... | 27 |
| 6.3.2. Estrategia de Contenido Institucional..... | 28 |
| 6.3.3. Estrategia de Contenido de Marketing..... | 29 |
| 6.3.4. Estrategia de Contenido de Interacción..... | 30 |
| 7. POSICIONAMIENTO SEO..... | 31 |
| 7.1. Listado de Keywords..... | 32 |
| 7.2. Selección Keyword Primaria..... | 33 |
| 7.3. Optimización del Contenido..... | 34 |
| 7.4. Página..... | 35 |
| 8. ANUNCIO DE PAGO SEM..... | 36 |
| 9. PÁGINA WEB..... | 37 |
| 9.1. Pestaña Principal..... | 38 |
| 9.1.1. Logotipo..... | 39 |
| 9.1.2. Slogan..... | 39 |
| 9.1.3. Menú de Navegación..... | 40 |
| 9.1.4. Vitrina..... | 41 |
| 9.1.5. Marca..... | 42 |
| 9.1.6. Call to Action..... | 43 |
| 9.2 SECCIÓN DE NOSOTROS..... | 44 |
| 9.3. BLOG..... | 45 |

| | |
|--|-----------|
| 9.4. PORTAFOLIO DE PRODUCTOS | 46 |
| 9.5. ENCUÉTRANOS | 47 |
| 9.6. CHAT | 37 |
| 9.8. NEWSLETTER | 50 |
| 9.9. PASARELA DE COMPRAS | 40 |
| 10. PUBLICIDAD Y ANUNCIOS EN INTERNET | 52 |
| 10.1. Objetivo | 52 |
| 10.2. Público Objetivo | 52 |
| 10.3. Estrategia | 53 |
| 10.4. Acción a Realizar | 54 |
| 11. ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES | 55 |
| 11.1. Objetivo | 56 |
| 11.2. Atracción, Interacción o Conversión | 57 |
| 11.3. Acciones a Realizar | 58 |
| 12. EMAIL MARKETING | 59 |
| 13. CONCLUSIONES | 49 |
| 14. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS | 61 |

Lista de Gráfico

| | |
|--|----|
| Gráfico 1: Logo VitaZen..... | 13 |
| Gráfico 2: Bebida Verde | 14 |
| Gráfico 3: Bebida Choco-Fresa | 14 |
| Gráfico 4: Bebida Naranja-Durazno-Zanahoria | 15 |
| Gráfico 5: Bebida Roja | 14 |
| Gráfico 6: Bebida Amarilla..... | 14 |
| Gráfico 7: Análisis de la competencia | 15 |
| Gráfico 8: Buyer Persona..... | 14 |

Lista de Cuadros

Cuadro 1: Contenidos embudo..... 16

Cuadro 2: Mix estrategia de contenidos..... 17

Lista de Ilustraciones

| | |
|--|----|
| Ilustración 1: Anuncio de pago SEM..... | 22 |
| Ilustración 2: Página web principal..... | 26 |
| Ilustración3: Sección de nosotros | 27 |
| Ilustración 4: Sección Blog parte 1 | 28 |
| Ilustración 5: Sección Blog parte 2..... | 29 |
| Ilustración 6: Sección Blog Parte 3..... | 30 |
| Ilustración 7: Sección Blog parte 4..... | 31 |
| Ilustración 8: Sección Blog parte 5..... | 32 |
| Ilustración 9: Sección blog parte 6..... | 33 |
| Ilustración 10: Portafolio de productos..... | 34 |
| Ilustración 11: Sección contacto | 36 |
| Ilustración 12: Chat Bot..... | 37 |
| Ilustración 13: Video..... | 38 |
| Ilustración 14: Newsletter | 39 |
| Ilustración 15: Carrito de compras..... | 40 |
| Ilustración 16: Pop-Up..... | 42 |
| Ilustración 17: Flyer..... | 43 |
| Ilustración 18: Instagram post..... | 45 |
| Ilustración 19: Facebook Post..... | 46 |
| Ilustración 20: Email Plan de referidos..... | 47 |
| Ilustración 21: Email Plan VitaZen..... | 48 |

GLOSARIO

NUTRICIÓN: Hábitos y rutinas que tengan relación con la alimentación

SALUD Y BIENESTAR: Se define como el ser humano puede llegar a estar tranquilo sobre su condición de salud y bienestar de su propio cuerpo y de las personas que lo rodean

BEBIDA SALUDABLE: Jugo rico en proteínas, normalmente contiene frutas o verduras

RESUMEN

Dado que en Colombia se encuentran altos índices de desnutrición en niños y adolescentes, y a su vez, se manifiesta como principal causa de muerte enfermedades cardiacas, Vitazen llega al mercado colombiano para ayudar a todas aquellas personas a tener una alimentación saludable, mejorar su calidad de vida, y así poder ir decreciendo esos índices de desnutrición y comorbilidades en la población colombiana. Por último, pero no menos importante, es que Vitazen llega para cualquier tipo de edades y a parte para todas aquellas personas que no tengan tiempo de poder preparar su almuerzo saludable.

PALABRAS CLAVE

NUTRICIÓN: Hábitos y rutinas que tengan relación con la alimentación

SALUD Y BIENESTAR: Se define como el ser humano puede llegar a estar tranquilo sobre su condición de salud y bienestar de su propio cuerpo y de las personas que lo rodean

BEBIDA SALUDABLE: Jugo rico en proteínas, normalmente contiene frutas o verduras

ABSTRACT

Given that in Colombia there are high rates of malnutrition in children and adolescents, and in turn, heart disease manifests itself as the main cause of death, Vitazen reaches the Colombian market to help all those people to have a healthy diet, improve their quality of life, and thus be able to decrease those rates of malnutrition and comorbidities in the Colombian population. Finally, Vitazen is available for all ages and apart for all those who do not have time to prepare their healthy lunch.

KEY WORDS

Health and well-being: Defined as the human being can become calm about his condition of health and well-being of his own body and of the people around him.

Nutrition: Habits and routines that are related to food

Healthy drink: High-protein smoothie, usually contains fruits or vegetables

Grafico 1: Logo VitaZen



Autor: Idea propia

1. INTRODUCCIÓN

En Colombia, si bien se tiene una de las superiores gastronomías y la cultura ayuda que se intente tener una dieta equilibrada, por lo cual es común que los individuos que trabajan acostumbran a calentar el almuerzo en sus viviendas y empacarlo para llevarlo a la oficina.

Dada la enfermedad pandémica del coronavirus, una gran parte de los individuos iniciaron a hacer diferentes ejercicios en sus viviendas debido a que al no poder salir a hacer mandados como costear los recibos de la vivienda, caminar hacia el trabajo, poder seleccionar que va a ser el almuerzo, visitar un gimnasio, se percataron que, al estar encerrados en sus viviendas, sin ningún tipo de desplazamiento que les permitiría ser saludables, podrían llegar a estar más débiles y no podría ser algo positivo. Debido a dicha tendencia fit, los individuos se comenzaron a inquietar por su paz, más las mujeres entre los 18 y 60 años, por lo cual empezaron a salir innovadores productos para hacer ejercicio en el hogar, y diferentes recetas para tener dicha dieta equilibrada.

Por consiguiente, Vitazen es un producto que llegara a impactar a dicha persona que desea tener una mejor calidad de vida, que espera llegar a ser sana para no tener secuelas una vez que pase a una edad mayor, y paralelamente, que tenga la tranquilidad de que su salud no se verá afectada por más que no tenga tiempo de cocinar o de ir al gimnasio.

Vitazen es un producto que arribó al mercado para brindar un procedimiento de alimentos sana, económico, puesto que este producto espera que toda la gente goce de una rutina distinto a cualquier hora del día, debido a que su preparación es fundamentalmente inmediata, solo requerirás de un líquido de tu preferencia para mezclarlo con los cubos de esta bebida congelado, y deleitarte con su sabor y beneficios.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

Realizar una estrategia de marketing digital fuerte para Vitazen evidenciando los beneficios y capacidades de las bebidas saludables para llegar a un segmento de consumo sólido y eficiente.

2.2 Objetivos Específicos

Dar a conocer la marca a través de distintos canales virtuales que permitan llegar a los potenciales clientes de forma rápida y eficaz.

Generar atracción hacia Vitazen por parte de la creación de un contenido digital llamativo y practico que se proyecte en las redes de mayor consumo de productos y estilo de vida saludable y nutritivo.

Construir Vitazen Community, un espacio donde se recopilará información sobre los beneficios del producto, los testimonios de nuestros clientes, recetas y ejercicios que brinden confianza, fidelidad y apoyo de tal manera que contribuyan tanto con el crecimiento de la marca como de los consumidores.

3. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Vitazen es una bebida saludable rico en vegetales y frutas previamente mezcladas en una presentación congelado listo para batir y consumir. Su presentación es en porciones con forma de gotas de 4 (snack) y 8 (Remplazan comidas) Se pueden mezclar con el líquido de preferencia.

Las bebidas saludables se dividirán en las siguientes categorías:

3.1 Détox (Desintoxica y Repara)

3.1.1. Verde

Altos niveles de vitamina K 80%, Biotina 80%, Hierro 15%, potasio 10%, calcio 6% magnesio 50%, vitamina A 60%, 6% en vitamina E, B1 y B2. 10% y 15% en vitamina B9 y B6.

Ingredientes: Banano, pera, col rizada, espinaca, perejil, limón, proteína de chía, mezcla de vegetales deshidratados (espinaca, brócoli, zanahoria, tomate, remolacha, shiitake)

Gráfico 2: Bebida Verde



Autor: Idea propia

3.2.1 Antioxidante y Energizante:

3.2.1. Choco – fresa

Fibra 23%, biotina 80%, vitamina 50%, magnesio 30%, vitamina A 10%, vitamina D 25%, vitamina E, B1 y B2. 20% y 25% en vitamina B9 y B6

Ingredientes: Banano, Fresa, pera, cacao, dátiles deshidratados, proteína de chía, proteína de lenteja, baya de goji, jugo de limón, mezcla de vegetales deshidratados (espinaca, brócoli, zanahoria, tomate, remolacha, shiitake)

Gráfico 3: Bebida Choco-Fresa



Autor: Idea propia

3.3 Apoyo al Sistema Inmunológico:

3.3.1. Naranja - Durazno – Zanahoria

Gráfico 4: Bebida Naranja-Durazno-Zanahoria



Altos niveles de vitamina c 200%, magnesio 110%, vitamina A 60%, 6% en vitamina E, B1 y B2. 10% y 15% en vitamina B9 y B6.

Ingredientes: Naranja, banano, melocotón, jugo de limón, zanahoria, proteína de chía, calabaza deshidratada, sal marina, remolacha deshidratada, camu camu, proteína de soja.

Autor: Idea propia

3.4 Apoyo al Aparato Digestivo y Fortalecimiento Cardíaco:

3.4.1. Frutos y vegetales rojos

120% de BIOTINA, altos niveles de vitamina C 70%, magnesio 70%, vitamina B6 Y B9 25%, 30% y en vitamina D, E, K 40% 35% 15%

Ingredientes: Frambuesa, fresa, dátil, proteína de chía, proteína de lenteja, sabor de vainilla natural, sal marina, remolacha, semillas de chía, naranja, limón, menta, mezcla de vegetales deshidratados (espinaca, brócoli, zanahoria, tomate, remolacha, shiitake)

Gráfico 5: Bebida Roja



Autor: Idea propia

3.5 Anti-Inflamatorio y Vitaminización de la Piel:

3.5.1. Frutos y vegetales Amarillos

120% de BIOTINA, altos niveles de vitamina C 90%, magnesio 30%, vitamina B6, B9 y B1 30%, 25% 25% y en vitamina D, E, K 40% 35% 15%

Ingredientes: Mango, piña, proteína de chía, sabor natural de vainilla, sal marina, albaricoque, baya de espino amarillo, coco, naranja, limón, cúrcuma y mezcla de vegetales deshidratados (espinaca, brócoli, zanahoria, tomate, remolacha, shiitaka).

Gráfico 6: Bebida Amarilla



Autor: Idea propia

4. ANÁLISIS DIGITAL DE LA COMPETENCIA

Gráfico 7: Análisis de la competencia



Autor: Idea Propia

Se identificaron dos importantes industrias en el mercado: Nature-Made, Centrum. Las dos empresas son líderes en la industria de vitaminas y nutrición. Tienen una alta estadística de visitas en su página, adicional a ello, su estrategia SEO es un factor clave ya que las dos

empresas tienen un promedio de 25 de 30 en su diagnóstico. Por lo tanto, para VitaZen será una competencia fuerte la estrategia de SEO.

Por otra parte, otro factor que llamo la atención en el análisis digital de estas dos empresas es los referidos y el e-mail marketing. Para el primero, Nature-Made tiene un porcentaje de 1.03% mientras que Centrum es un 0%. El segundo, Nature-Made tiene un 1% mientras que Centrum es un 0%. Esto concluye que la estrategia de VitaZen se enfocara en su plan de referidos y el mail marketing ya que las grandes industrias del mercado reputan en sus buscadores con Nature-made un total de 70.12% y Centrum 82.67%.

Por último, son empresas mundialmente reconocidas, y si bien como el plan de referidos, la estadística de seguridad o el mail marketing no es su enfoque digital, siguen siendo las empresas con una de las mayores vistas en su página web y líderes en el mercado internacional, ya que Nature-Made tiene 578.1K y Centrum 387.2K. Por lo tanto, son base y clave esencial para VitaZen y su estrategia digital.

5. DEFINICIÓN DEL BUYER PERSONA

Grafico 8: Buyer Persona

BUYER PERSONA VITAZEN
BEBIDAS SALUDABLES

VitaZen
SALUD. LIBERTAD Y BIENESTAR

ANGELICA TORRES
Edad: 25 Años
Estado civil: Casada
Condición laboral: Empleada
Titulo o URL laboral: Profesional
Ingresos Anuales: \$3.000.000

CONDUCTA PERSONAL
Necesita una alimentación nutritiva que no le tome mucho tiempo ni dinero, pues cuando no esta trabajando esta ocupada con su emprendimiento, el gimnasio y el hogar.
Ella mide el éxito cumpliendo sus objetivos sin descuidar su salud y bienestar por lo que prefiere gastar el dinero en su emprendimiento y productos saludables.

CONDUCTA ON-LINE
Angelica pasa aprox. 3h diarias en Internet generalmente de 7 a 9pm, desde su cel, Ipad o computador. Su red social favorita es Instagram y el contenido que consume son emprendimientos, recetas caseras fitness, rutinas de ejercicio, emprendimientos exitosos y empoderamiento femenino.
Ella generalmente esta buscando y/o comprando productos, investigando sobre sus intereses y preparando menús semanales generalmente en redes sociales, videos o infografías

CONDUCTA LABORAL
Ella debe organizar su agenda para poder tener más tiempo libre, pues su cargo como gerente de operaciones demanda bastante productividad, por lo que no puede dedicarle mucho tiempo a su bienestar y emprendimiento.

RELACION EN NUESTRA COMPAÑIA
Ella antes de comprar evalúa que el producto sea sencillo, práctico de calidad y a buen precio.
Teme que nuestro producto la haga dependiente o que siempre sean los mismos sabores pues con nosotros puede ser ágil y saludable al tiempo además de generar un ahorro y satisfacción en su alimentación.

Autor: Idea Propia

El nombre del Buyer Persona es Angélica Díaz, trabaja en el área de operaciones y es ama de casa. Tiene como hobby ir al gimnasio, educarse frente al entorno nutritivo y saludable para ella y su familia, y apoyar mujeres empoderadas. Sus redes sociales mas comunes son Instagram, donde puede apoyar a mujeres líderes de empoderamiento personal, y el mundo fit ; Facebook, donde se puede actualizar de los últimos datos curiosos o recomendaciones de los usuarios de recetas saludables ; YouTube, donde allí puede generar diferentes tipos de menús para la familia durante la semana que sean altamente nutritivos.

Su motivación por la vida saludable es ya que a lo largo del día no tiene el tiempo suficiente para poder tener un desayuno nutritivo que aporte energías al cuerpo, y a su vez, la hora del almuerzo tiende a complicarse dado que el trabajo es demandante. Por ello, en casa genera menús saludables para cuidar su salud y la de su familia.

Por último, la relación que Angélica tiene con VitaZen es poder ser eficiente y productiva a lo largo del día teniendo una bebida altamente nutritiva a un excelente precio y con variedad de sabores. Así, Angélica genera un ahorro en casa con sus menús semanales, no le invierte tiempo indispensable a la cocina cuando puede estar con su familia, y su calidad de vida aumenta ya que tendrá una rutina mas saludable, eficiente y llena de energía.

6. IDEAS DE CONTENIDOS PARA LA ESTRATEGIA DIGITAL

6.1. Objetivo de la estrategia de contenidos

El objetivo de la estrategia de contenidos es poder generar un acercamiento hacia los consumidores potenciales del producto mediante el marketing digital, piezas graficas por redes sociales y así poder generar un posicionamiento de la marca utilizando metodologías como influencers por Instagram y mail marketing. Con esta información, se puede llegar a aumentar la calidad de vida de la población, para que esta sea saludable, nutritiva y con abundantes minerales.

6.2. Contenidos Embudo

Cuadro 1: Contenidos embudo

| Atracción | Interacción |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> *Crear campaña mediante redes sociales para dar a conocer los beneficios de las bebidas saludables *Generar captacion de seguidores mediante Influencers por medio de las redes sociales | <ul style="list-style-type: none"> *Interacción mediante los blogs de la página web para generar VitaZen Community *Obtener testimonios de influencers y consumidores para que se creen casos de éxito |
| Conversión | Fidelización y Recomendación |
| <ul style="list-style-type: none"> *Generar descuentos cuando los compradores adquieren todo el paquete de VitaZen Plan *Plantear descuentos por email marketing para aquellos consumidores que cumplan años | <ul style="list-style-type: none"> *Realizar publicaciones en la sección del blog de la página web para poder generar un sentido de pertenencia frente a lo que es la calidad de vida saludable frente a las bebidas. *Tener un plan de referidos para causar engagement en los consumidores y así ir construyendo la comunidad VitaZen |

Autor: Idea Propia

6.3. Mix de la estrategia de contenidos

Cuadro 2: Mix estrategia de contenidos

| Community | Marketing |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> *Blog y Newsletter en página web *Infografías sobre las noticias actuales sobre la salud en el país *Testimonios de influencers fit | <ul style="list-style-type: none"> *Portafolio de Productos *Tutorial de como hacer la mezcla *Beneficios del consumo de las bebidas saludables |
| Institucional | Interacción |
| <ul style="list-style-type: none"> *Capacitación en de como aumentar los nutrientes y vitaminas en las comidas *Reducción en los índices de desnutrición | <ul style="list-style-type: none"> *Programa de referidos. *Blogs y Newsletters *Códigos promocionales |

Autor: Idea Propia

6.3.1. Estrategia de Contenido de Comunidad

El contenido de comunidad se rige por los intereses que poseen nuestro público objetivo, en este caso, se tendrá como base el Buyer Persona. El interés principal es poder tener una calidad de vida nutritiva y saludable generando un mejor uso del tiempo que se genera al hacer recetas caseras o menús saludables. Se generarán datos curiosos dentro de los blogs, newsletter, infografías y testimonios para poder generar contenidos de interés a ese Buyer Persona.

6.3.2. Estrategia de Contenido Institucional

Es importante poder generar una relación entre la empresa y la comunidad. Tomando en cuenta que los índices de desnutrición en el país son elevados a comparación de otros países, y que año tras año este índice va aumentando, se hace énfasis en los nutrientes y vitaminas que generan las bebidas saludables para poder generar una comunidad VitaZen próximamente, y así ayudar a las personas a aumentar su calidad de vida mediante capacitaciones para complementar tus comidas favoritas con una deliciosa bebida saludable.

6.3.3. Estrategia de Contenido de Marketing

Para VitaZen es importante que el público objetivo conozca el producto, dado que su presentación es inusual en el mercado colombiano, se enfatiza que es libre de componentes químicos y es 100% natural para generar confianza hacia el consumidor. Esta estrategia se llevará a cabo mostrando en de que esta hecho el producto, los beneficios que conlleva y la diversidad de sabores que se encuentran en el portafolio de productos.

6.3.4. Estrategia de Contenido de Interacción

Gracias a la interacción que se tendrá con el público, esta estrategia tiene como enfoque las redes sociales dado que la competencia no posee un alto nivel en este tema. Dado que los influencers son punto clave para esta estrategia, también se generará mediante códigos promocionales y blogs junto con newsletters los cuales serán interactivos para el usuario. Por último, el plan de referidos es un pilar fundamental ya que la competencia no lo genera activamente, por lo tanto, la interacción por este medio será abundante generando planes de referidos, descuentos, ultimas noticias, remarketing, etc.

7. POSICIONAMIENTO SEO

7.1. Listado de Keywords

Bebidas saludables, rápidas, fáciles, nutritivas, vitaminas, minerales, jugos, zumos, smoothie, nutrientes.

7.2. Selección Keyword Primaria

Nutrición

7.3. Optimización del Contenido

Redes sociales, blogs de bienestar, influencers de salud y bienestar

7.4. Página

URL: <https://tefigiracorrea.wixsite.com/vitazenn>

Meta descripción: bebidas saludables fáciles de consumir y nutritivas

Título de la página: VitaZen

Título del contenido: VitaZen bebidas Saludables

Hipervínculo de Keywords: Bebidas Saludables – VitaZen

8. ANUNCIO DE PAGO SEM

El objetivo de este anuncio es poder generar interacción y atracción con los usuarios para poder invitarlos a dar click en la página que los direcciona a la página web, poder hacer conocimiento de nuestras redes sociales, y así adquirir los productos de VitaZen.

Ilustración 1: Anuncio de pago SEM



Autor: Idea propia

9. PÁGINA WEB

9.1. Pestaña Principal

9.1.1. Logotipo

El Logotipo de VitaZen tiene forma de unas capsulas de colores en forma de flor. Los colores representan la variedad de vitaminas y minerales que presentan las bebidas saludables, la forma de flor representa prosperidad y vida para poder dar enfoque a una calidad de vida nutritiva.

9.1.2. Slogan

“Bebidas saludables a un solo Shake” se encuentra en el anuncio de pago SEM y en la página de inicio de la página web. Esto, con ánimos de poder especificar que es un producto sencillo de utilizar y que es rico en nutrientes.

9.1.3. Menú de Navegación

Se encuentra en la parte superior de la ventana en la que el usuario se encuentre para que siempre tenga visibilidad de lo que contiene esta. En la pagina de inicio se tiene un overview de lo que es el producto y en de como puede llegar a agregar el producto en el carrito de compras. También, se encuentra el botón de Blog para que el usuario investigue todo sobre las bebidas saludables, videos y demás. En la sección de tienda, el usuario puede ver los productos disponibles y poder hacer la compra. En la sección de nosotros, se encuentra la información de la empresa con la misión y visión de la misma. Por ultimo, en contacto, se encuentra el espacio para que el usuario deje sus datos personales y haga preguntas directas sobre el producto.

9.1.4. Vitrina

Se encuentra en la pagina principal para poder generar una relación entre las bebidas, vegetales y minerales que estas conllevan.

9.1.5. Marca

A lo largo de la pagina web, se encuentran los colores que identifican a VitaZen, el nombre siempre se encuentra en la parte superior izquierda y el logo esta en la pagina principal visible para el usuario.

9.1.6. Call to Action

Al final de las secciones y de la pagina principal se encuentran las redes sociales para poder generar atracción hacia los clientes y así mantener un engagement con los usuarios.

Ilustración 2: Página web principal



Autor: Idea propia

9.2 Sección de Nosotros

En esta sección se encuentra información de la empresa tales como la misión y visión para que así los usuarios puedan saber los pilares fundamentales de VitaZen.

Ilustración 3: Sección de nosotros

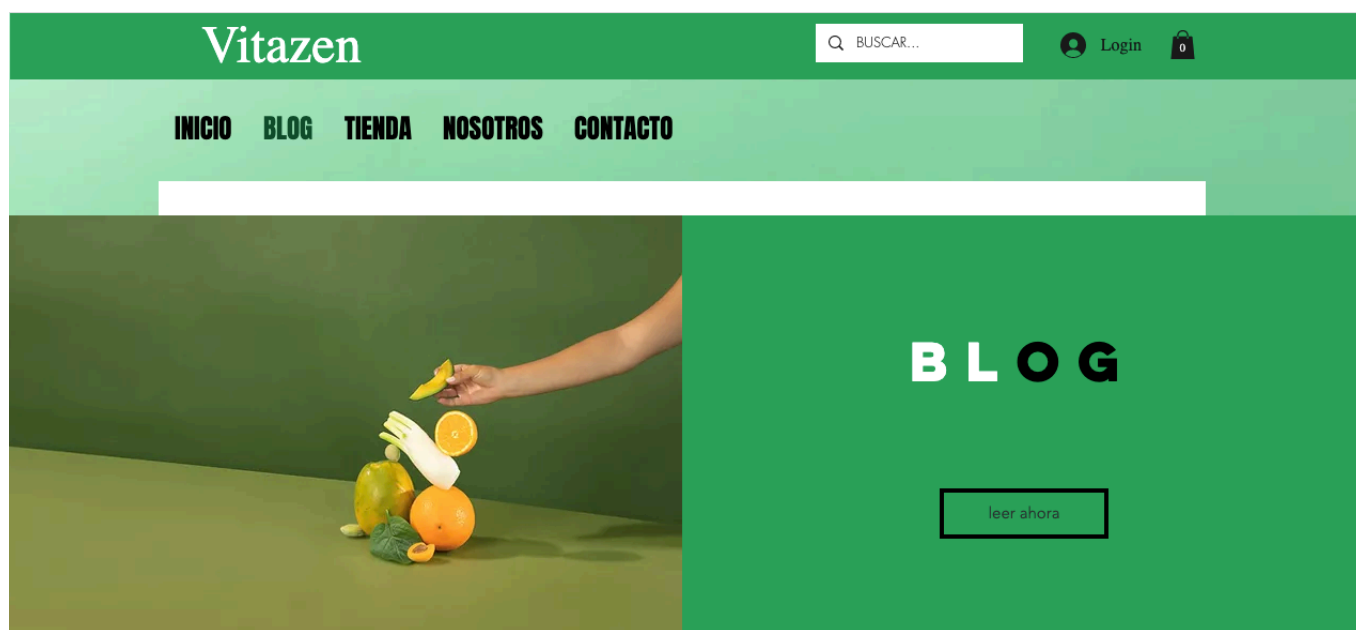


Autor: Idea propia

9.3 Blog

En la sección de blog se encuentran videos explicativos de los beneficios de las bebidas saludables, en de como usar el producto y también diferentes artículos tipo Blogs sobre beneficios e información general de las bebidas saludables.

Ilustración 4: Sección Blog parte 1



Autor: Idea propia

Ilustración 5: Sección Blog parte 2



Beneficios de los jugos verdes

Los jugos verdes, dependiendo de sus ingredientes, pueden constituir una fuente de nutrientes para el organismo y puede ser beneficioso incorporarlos a nuestro estilo de vida como parte de una alimentación correcta. Aquí tienes algunos ejemplos de las propiedades de los jugos verdes y sus beneficios:

CONTIENE CLOROFILA
La clorofila es un componente propio de verduras de color verde oscuro comúnmente aportado en los jugos verdes. Al prepararse con verduras de hoja verde, la clorofila que contiene el jugo verde puede ayudar con la oxigenación de la sangre, limpiando el organismo de toxinas, como el hígado e intestinos, y estimulando el sistema inmunológico.

RICO EN NUTRIENTES
El jugo verde suele ser rico en vitaminas y minerales que son aportados por los ingredientes elegidos para su preparación. En un jugo, dichos nutrientes pueden ser aprovechados de manera más rápida por lo que conocemos que deben ser consumidos dentro de los primeros 15 minutos después de ser preparados.

EFFECTO DIURÉTICO
Los zumos verdes eliminan las sustancias y toxinas que tu cuerpo no necesita. Tomándolos diariamente, desecharás los líquidos retenidos. ¡Te encantarán! los resultados.

PREVIENEN EL ACNÉ
¿Quién no quiere una piel bonita? Solo agrega a tu jugo verde alimentos orgánicos como espinacas y verduras de tonos verdes oscuros. Por su alto contenido en vitamina A, esta te ayudará a cicatrizar heridas y a la producción del colágeno que poco a poco elimina el acné. Te recomendamos tomarlo a diario, pero evita hacerlo en ayunas si agregaste cítricos.

Autor: Idea propia

Ilustración 6: Sección Blog Parte 3



Autor: Idea propia

Ilustración 7: Sección Blog parte 4

La importancia del color de las frutas y vegetales

Además de llamar la atención, el color de las frutas y vegetales puede revelar el tipo de beneficios que pueden aportar a la salud. Seguramente habremos oído decir en más de una ocasión que es importante prestar atención a las características de las frutas para poder seleccionarlas correctamente y hacer una buena compra.

La evaluación suele hacerse en función de varios aspectos (aroma, textura, consistencia, etc), sin embargo, el color puede tener un papel crucial.



Autor: Idea propia

Ilustración 8: Sección Blog parte 5

AZUL O MORADO

Las frutas y vegetales de color azulado, índigo y morado contienen vitamina C, compuestos fenólicos y antocianinas. Estos últimos son pigmentos que se clasifican dentro del grupo de los flavonoides.

Dado que actúan como antioxidantes, pueden ayudar a luchar contra los radicales libres y mantener la salud de todos los sistemas del organismo.

Frutas y vegetales de color azul o morado:

- Moras
- Brevas
- Ciruelas
- Grosellas
- Lombarda
- Berenjenas
- Arándanos.
- Uvas moradas
- Zanahorias moradas

FRUTAS Y VERDURAS DE COLOR MORADO

ROJO

Las frutas y vegetales de color rojo contienen, flavonoides, antocianinas y licopeno, una sustancia que posee efectos antioxidantes y antiinflamatorios. Asimismo, contienen vitaminas A, B9, C y minerales como el potasio.

Frutas y vegetales de color rojo:

- Pomelo
- Cereza
- Fresas
- Manzana
- Granada
- Ruibarbo
- Tomates.
- Uvas rojas
- Arándanos
- Peras rojas
- Rabano
- Frambuesas
- Remolacha
- Pimientos rojos
- Cebollas rojas
- Patatas rojas

Autor: Idea propia

Ilustración 9: Sección blog parte 6



10 beneficios de los Jugos detox

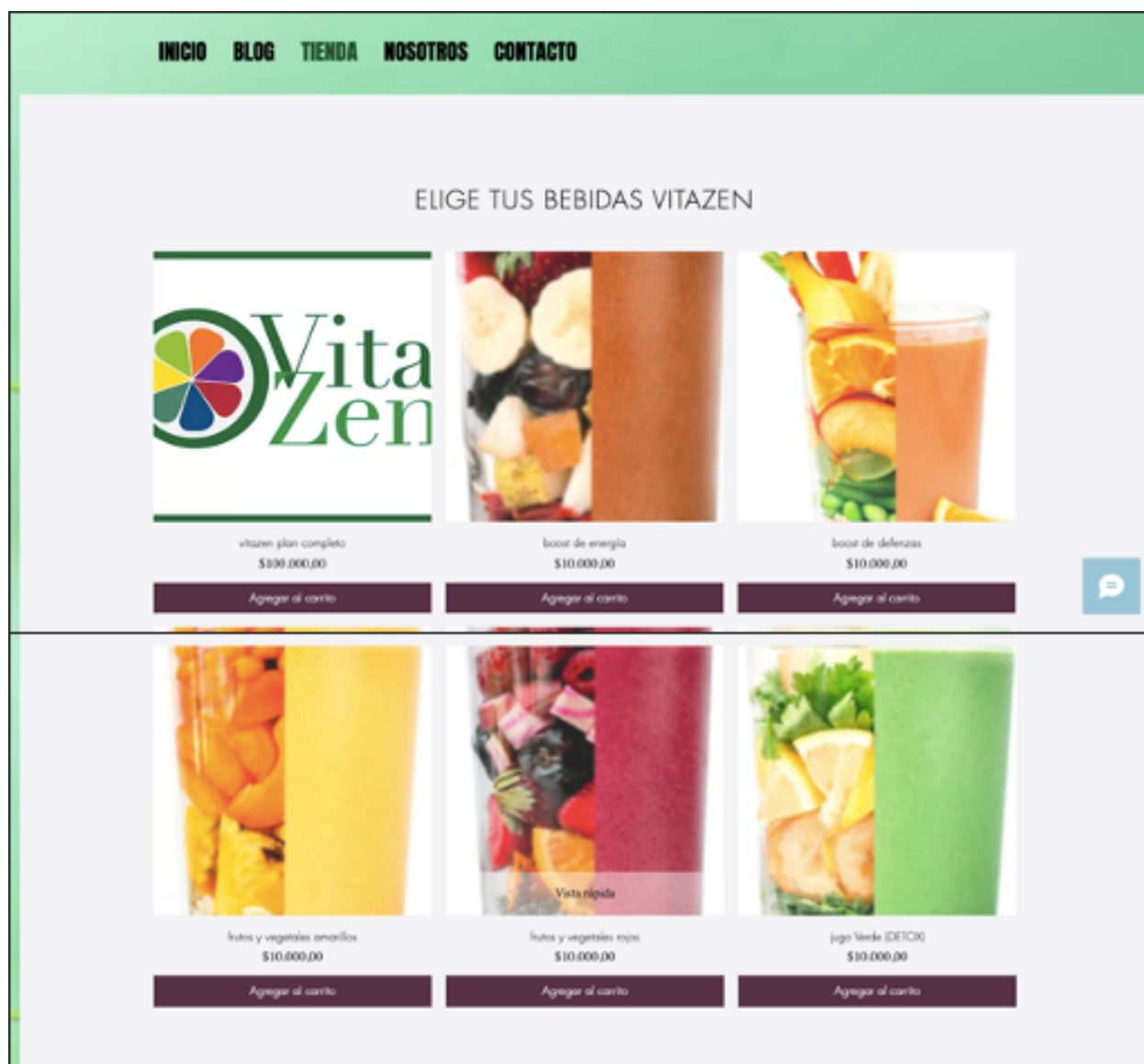
1. Depuran y oxigenan la sangre.
2. Son fuente de vitaminas y minerales imprescindibles para nuestra alimentación.
3. Tienen efecto basicificante y alcalinizante contra la acidificación provocada por el exceso de proteínas y grasas.
4. Retrasan el envejecimiento celular.
5. Regulan los niveles de glucosa en la sangre.
6. Reducen la ansiedad por consumir dulces.
7. Fortalecen el sistema inmunitario, previniendo muchas enfermedades y defensas naturales del organismo.
8. Mejoran la piel y las mucosas del estómago y del esófago.
9. Ayudan a combatir la depresión, la ansiedad y la fatiga.
10. Actúan sobre el insomnio y la retención de líquidos.

Decorative footer with orange background and citrus slices.

Autor: Idea propia

9.4. Portafolio de Productos

Ilustración 10: Portafolio de productos



Autor: Idea propia

9.5. Encuéntranos

Se genera en la última pestaña del menú de navegación para que el usuario deje sus datos y también para que VitaZen pueda tener información de sus posibles compradores y crearles engagement mediante las diferentes campañas de mercadeo.

Ilustración 11: Sección contacto

Vitazen Q BUSCAR... Login

INICIO BLOG TIENDA NOSOTROS CONTACTO

ENVÍANOS TUS PREGUNTAS

Nombre Mensaje

Email

Enviar

HORARIO

Lun - Vie: 7:00 - 22:00

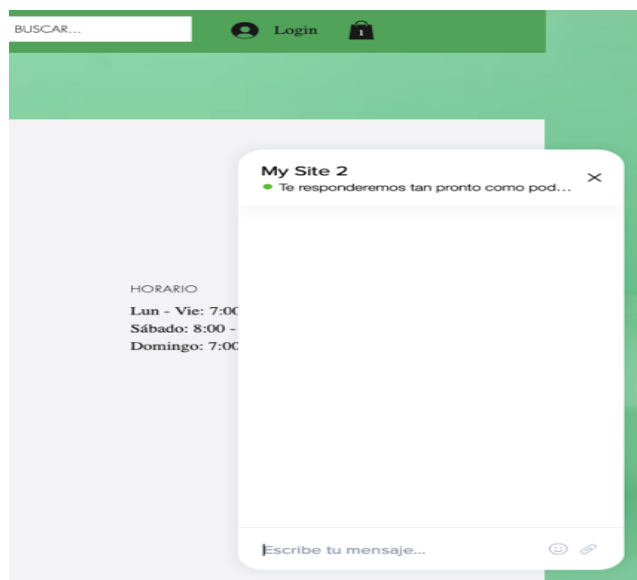
Sábado: 8:00 - 22:00

Domingo: 7:00 - 23:00

Autor: Idea propia

9.6. Chat

Ilustración 12: Chat Bot



Autor: Idea propia

9.7. Video de información a la comunidad

Ilustración 13: Video



Autor: Idea propia

9.8. Newsletter

Crea una relación entre la comunicad y la empresa VitaZen para poder hacer énfasis en las bebidas saludables, nutrición y mejorar a calidad de vida de los usuarios.

Ilustración 14: Newsletter

MAYO DE 2022 | NÚMERO 1

VITAZEN

Boletín mensual de VITAZEN



BENEFICIOS DE SER PARTE DE LA COMUNIDAD VITAZEN

Consume orgánico - 2
BENEFICIOS DE LOS JUGOS DETOX - 3

Diez beneficios de los Jugos detox

1. **Depuran y exigen la sangre.**
2. **Son fuente de vitaminas y minerales imprescindibles para nuestra alimentación.**
3. **Tienen efecto basificante y alcalinizante contra la acidificación provocada por el exceso de proteínas y grasas.**
4. **Retrasan el envejecimiento celular.**
5. **Regulan los niveles de glucosa en la sangre.**
6. **Reducen la ansiedad por consumir dulces.**
7. **Fortalecen el sistema inmunitario, previniendo muchas enfermedades y defensas naturales del organismo.**
8. **Mejoran la piel y las mucosas del estómago y del esófago.**
9. **Ayudan a combatir la depresión, la ansiedad y la fatiga.**
10. **Actúan sobre el insomnio y la retención de líquidos.**

Beneficios de los jugos verdes

os jugos verdes, dependiendo de sus ingredientes, pueden constituir una fuente de nutrientes para el organismo y puede ser beneficioso incorporarlos a nuestro estilo de vida como parte de una alimentación correcta. Aquí tienes algunos ejemplos de las propiedades de los jugos verdes y sus beneficios

CONTIENE CLOROFILA

La clorofila es un componente propio de verduras de color verde oscuro comúnmente aportado en los jugos verdes. Al prepararse con verduras de hoja verde, la clorofila que contiene el jugo verde puede ayudar con la oxigenación de la sangre, limpiando el organismo de toxinas, como el hígado e intestinos, y estimulando el sistema inmunológico.

RICO EN NUTRIENTES

El jugo verde suele ser rico en vitaminas y minerales que son aportados por los ingredientes elegidos para su preparación. En un jugo, dichos nutrientes pueden ser aprovechados de manera más rápida por lo que conocemos que deben ser consumidos dentro de los primeros 15 minutos después de ser preparados.

EFFECTO DIURÉTICO

Los zumos verdes eliminan las sustancias y toxinas que tu cuerpo no necesita. Tomándolos diariamente, desechará los líquidos retenidos. ¡Te encantarán! los resultados.

PREVIENEN EL ACNÉ

¿Quién no quiere una piel bonita? Solo agrega a tu jugo verde alimentos orgánicos como espinacas y verduras de tonos verdes oscuros. Por su alto contenido en vitamina A, esta te ayudará a cicatrizar heridas y a la producción del colágeno que poco a poco elimina el acné. Te recomendamos tomarlo a diario, pero evita hacerlo en ayunas si agregaste cítricos.

FORTALECE EL SISTEMA INMUNOLÓGICO

Los berros verdes serán tus aliados, pues aportan vitaminas C, A y K, además de minerales como calcio, magnesio, hierro y zinc. Asimismo, contienen antioxidantes para frenar la acción de radicales libres. Todo esto te ayuda a proteger las células contra bacterias y daños del medio ambiente.

ALCALINIZA TU CUERPO

No solo te ayudarán a mejorar tu sistema inmunológico, además regularán el pH de la sangre, reduciendo el riesgo de enfermedades comunes del corazón y mejorando tu salud.

Los beneficios de tomar jugo verde son muy atractivos para un estilo de vida saludable

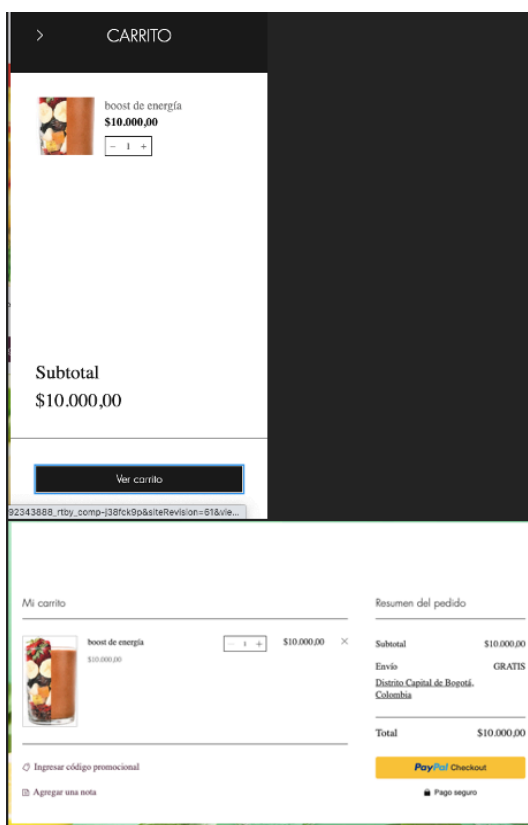


“
Cubitos congelados, a base de vegetales y frutas listas para consumir, mezcla en agua o líquido favorito y disfruta

Autor: Idea propia

9.9. Pasarela de Compras

Ilustración 15: Carrito de Compras



Autor: Idea propia

10. PUBLICIDAD Y ANUNCIOS EN INTERNET

10.1. Objetivo

El objetivo principal de las pautas en web es de conversión, queremos que nuestros clientes potenciales lleguen a nuestra página web y generen la compra de productos VitaZen.

10.2. Público Objetivo

Jóvenes desde 20 a 35 años con una vida saludable, que carecen de tiempo, y quieren una opción rápida y saludable.

10.3. Estrategia

Estrategia de conversión

10.4. Acción a Realizar

Vamos a realizar contenido llamativo que invite a un Call to Action, para que los clientes potenciales se dirijan a nuestra página web, con el fin de llegar a la tienda y generar la compra de nuestros productos.

Ilustración 16: Pop-Up



Autor: Idea propia

Ilustración 17: Flyer



Autor: Idea Propia

11. ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES

11.1. Objetivo

El objetivo de la publicidad de redes sociales es crear contenido de comunidad donde se hablen de los beneficios de las bebidas VitaZen a además de sus propiedades y formatos. Esto con el fin de atraer clientes y generar contenido de valor.

11.2. Atracción, Interacción o Conversión?

Objetivo de atracción.

11.3. Acciones a Realizar

Contenido de valor, generando comunidad con información general y de beneficios de nuestro producto.

Ilustración 18: Instagram post



Autor: Idea propia

Ilustración 19: Facebook Post



Autor: Idea propia

12. EMAIL MARKETING

Dado que en el análisis de la competencia esclareció que los dos líderes en la industria tienen un porcentaje bajo sobre el E-mail Marketing, se ha establecido una estrategia con dos enfoques. El objetivo de esta es poder llegar a los potenciales consumidores para poder generar un engagement respecto a promociones especiales, planes de referidos, descuentos por ser el mes del cumpleaños o información general.

Ilustración 20: Email Plan de Referidos



Autor: Idea propia

Ilustración 21: Email Plan VitaZen

Qué esperas! Adquiere YA tu plan VitaZen!

 Translate message to: English | Never translate from: Spanish



Natalia Rissardo Aguilar
To: natarissardo@hotmail.com



Tue 5/24/2022 8:57 PM



A SOLO UN SHAKE

Adquiere plan VitaZen a un precio especial haciendo click [aqui](#)



Autor: idea propia

13. CONCLUSIONES

Vitazen es un producto que genera grandes beneficios a sus consumidores, brindando seguridad y confianza a las personas, además de ofrecer una fuerte estrategia digital que permite conectar a los potenciales clientes con la marca, permitiendo el crecimiento del producto con el contenido suministrado de tal manera que permite llegar al segmento deseado a través de herramientas producidas para facilitar el acceso a los diferentes servicios que estas bebidas saludables nos generan, permitiendo un acercamiento entre clientes y el producto desde cualquier lugar gracias a los medios que nos brinda la tecnología hoy en día . Es por esto, que Vitazen marcara un reconocimiento a nivel mundial por medio de un marketing preparado estratégicamente para aumentar su rentabilidad y productividad al tiempo que ofrece una excelente experiencia en materia de servicio, producto y publicidad.

Vitazen es una marca de bebidas saludables, pero más que eso es una comunidad, con esta marca se busca cambiar una forma de ver la nutrición y crear una forma sencilla para consumir altas cantidades de vitaminas y minerales. A través de nuestras redes sociales se busca crear contenido de valor el cual dé a conocer los beneficios de los jugos verdes, Détox, y de diferentes frutos. Vitazen más que una marca será un movimiento que genere cambio en los hábitos alimenticios de las nuevas generaciones.

Vitazen llega a la industria colombiana con una estrategia de marketing digital enfocada a las redes sociales como Instagram y Facebook abarcando así un grupo específico de público

objetivo para empezar a generar una comunidad saludable, donde puede llegar a mejorar la calidad de vida de la población colombiana. Gracias a estas bebidas saludables, las personas pueden ser más eficientes empleando su tiempo para estar con su familia y aprender nuevas habilidades, que estar en la cocina generando recetas. Por lo tanto, el contenido que se tiene gracias al marketing y del algoritmo de Google ADS, concluye que VitaZen puede llegar a ser un producto líder en la industria.

14. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Benito, I., (2021). Personas que han muerto por tomar demasiada cafeína. Recuperado el 20 de Octubre, de Made for Minds website:
<https://www.dw.com/es/entrenador-personal-muere-por-sobredosis-de-cafe%C3%ADn-tras-beber-el-equivalente-a-200-tazas-de-caf%C3%A9/a-61046056>
- Cortadelas, J., (2021). El estreñimiento afecta a casi el 20% de la población. Recuperado el 20 de Octubre de El Periodico website:
<https://www.elperiodico.com/es/sanidad/20151005/el-estrenimiento-afecta-a-casi-el-20-de-la-poblacion-4564909>
- Ins.gov.co. (2021). Boletín Observatorio Nacional de Salud. Recuperado el 20 de Octubre del Observatorio Nacional de Salud website:
<https://www.ins.gov.co/Direcciones/ONS/boletines-t%C3%A9cnicos>
- López, A., (2021). Un tercio de la población tiene síndrome de hígado graso no alcohólico. Recuperado el 20 de Octubre del Instituto Mexicano del Seguro Social website:
<https://docs.bvsalud.org/biblioref/2022/02/1354746/4099-28223-1-pb.pdf>
- Pruthi, S., (2021). Enfermedad cardíaca - Síntomas y causas - Mayo Clinic. Recuperado el 20 de Octubre de Mayo Clinica website:
<https://www.mayoclinic.org/es-es/diseases-conditions/heart-failure/symptoms-causes/syc-20373142>