

Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario



**Universidad del
Rosario**

Marketing digital: sombra detrás de la renovación de la marca. Caso Pocket

Trabajo de grado

Programa Avanzando para la Formación Empresarial - PAFE

Diego Alejandro Barbosa García

Tania Valentina Joven Peña

Bogotá, Colombia

2020-2

Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario



Universidad del
Rosario

Marketing digital: sombra detrás de la renovación de la marca. Caso Pocket

Programa Avanzando para la Formación Empresarial – PAFE

Diego Alejandro Barbosa García

Tania Valentina Joven Peña

Tutora: Viviana Carolina Romero

Administración en Logística y Producción
Administración de Negocios Internacionales

Bogotá, Colombia

2020-2

Contenido

Resumen

Palabras Clave

Abstract

Key words

1. Objetivos.....	9
1.1 Objetivo general	9
1.2 Objetivos específicos.....	9
2. Presentación del producto.....	9
2.1 Concepto del producto	9
2.2 Cuadro de planeación estratégica.....	11
3. Análisis digital de la competencia	12
4. Buyer persona	14
5. Línea de contenidos para la estrategia digital.....	15
5.1 Objetivo de la estrategia de contenidos.....	15
5.2 Mix de estrategias de contenidos	15
5.2.1 Estrategia de contenido dirigida a la comunidad.....	16
5.2.2 Estrategia de contenido de marketing.....	16
5.2.3 Estrategia de contenido institucional.....	16
5.2.4 Estrategia de contenido de interacción	17
6. Posicionamiento SEO	17
7. Posicionamiento.....	19
8. Página Web.....	19
8.1 Logo	22
8.2 Menú de navegación.....	23
8.3 Captura de seguidores	23
8.4 Sección sobre nosotros	24
8.5 Sección de datos personales	24
9. Publicidad y anuncios en internet.....	24
9.1 Anuncios display	24
9.2 Anuncios pop up.....	25

9.3 Anuncios publicaciones.....	26
9.4 Anuncios landing page y msm	26
10.Conclusión	28
11.Referencias.....	29

Índice de tablas

Tabla 1. Tabla de planeación estratégica Pocket.	11
Tabla 2. Análisis de competencia digital, elaboración propia	13
Tabla 3. Análisis SEO Pocket, elaboración propia	18

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Infografía 1 Aliados Pocket.	10
Ilustración 2. Buyer persona.	14
Ilustración 3. Mix de estrategias de contenido, elaboración propia.....	15
Ilustración 4. Anuncio de pago SEM, elaboración propia.....	19
Ilustración 5. Inicio - página web	20
Ilustración 6. Quienes somos – página web.....	20
Ilustración 7. Nuestros servicios	21
Ilustración 8 . Contacto – página web.....	21
Ilustración 9. Ubicación y suscripción.....	22
Ilustración 10. Logo.	22
Ilustración 11. Anuncio display elaboración propia.	25
Ilustración 12. Anuncio pop up.....	25
Ilustración 13. Anuncio publicaciones elaboración propia.....	26
Ilustración 14. Anuncio landing page y msm	27

Resumen

La también denominada Revolución Digital ha traído consigo, para personas y empresas, retos significativos en los diferentes ámbitos. Hoy por hoy es casi imprescindible depender en muchas dimensiones de la tecnología, la virtualización y la hiperconectividad. En virtud de ello, empresas, grandes y pequeñas, se han visto obligadas a cambiar, migrar e incorporar la tecnología como eje fundamental y esencial para garantizar la perdurabilidad de las mismas.

Negocios e Inversiones Ltda es un emprendimiento colombiano que por más de nueve años ha brindado a sus clientes, personas naturales y jurídicas, soluciones de ahorro e inversión en el sector financiero. Hasta el momento, su gerente general, Liliana García, ha desarrollado su negocio gracias a más de 20 años de trayectoria en este sector, seguridad y transparencia que ella transmite. Víctima de la Era Digital, ha sido necesario que su empresa se reinvente y desarrolle toda una estrategia enfocada a este ámbito. De la mano de Alejandro Barbosa, y Valentina Joven, estudiantes de último semestre de la Escuela de Administración de la Universidad del Rosario, han conseguido cimentar la estructura del marketing digital de la nueva marca e identidad que acompañan este emprendimiento: Pocket.

Palabras clave: negocios, inversiones, marca, ahorro, posicionamiento.

Abstract and key words

The so-called Digital Revolution has brought with it, for individuals and companies, significant challenges in different areas. Today it is almost essential to depend on many dimensions of technology, virtualization and hyperconnectivity. By virtue of this, companies, large and small, have been forced to change, migrate and incorporate technology as a fundamental and essential axis to guarantee their durability.

Negocios e Inversiones Ltda is a Colombian enterprise that for more than nine years has provided its clients, individuals and legal entities, savings and investment solutions in the financial sector. So far, its general manager, Liliana García, has developed her business thanks to more than 20 years of experience in this sector, security and transparency that she transmits. Victim of the Digital Age, it has been necessary for her company to reinvent itself and develop a whole strategy focused on this area. From the hand of Alejandro Barbosa, and Valentina Joven, last semester students of the School of Administration of the Universidad del Rosario, they have managed to cement the digital marketing structure of the new brand and identity that accompany this undertaking: Pocket.

Keywords: business, investments, brand, savings, positioning.

1. Objetivos

1.1 Objetivo general

El presente trabajo de grado tiene como objetivo principal diseñar la estrategia digital de Pocket Colombia, aplicando las herramientas del Programa Avanzando para la Formación Empresarial. Lo anterior, en búsqueda de realizar, a su vez, un relanzamiento de marca desde el ámbito digital.

1.2 Objetivos específicos

- Reinventar la imagen digital de la empresa en el entorno virtual.
- Restructurar la estrategia de marketing digital de Pocket.
- Definir el alcance en redes sociales y contenidos relacionados.
- Identificar estrategias de alcance y posicionamiento digital.

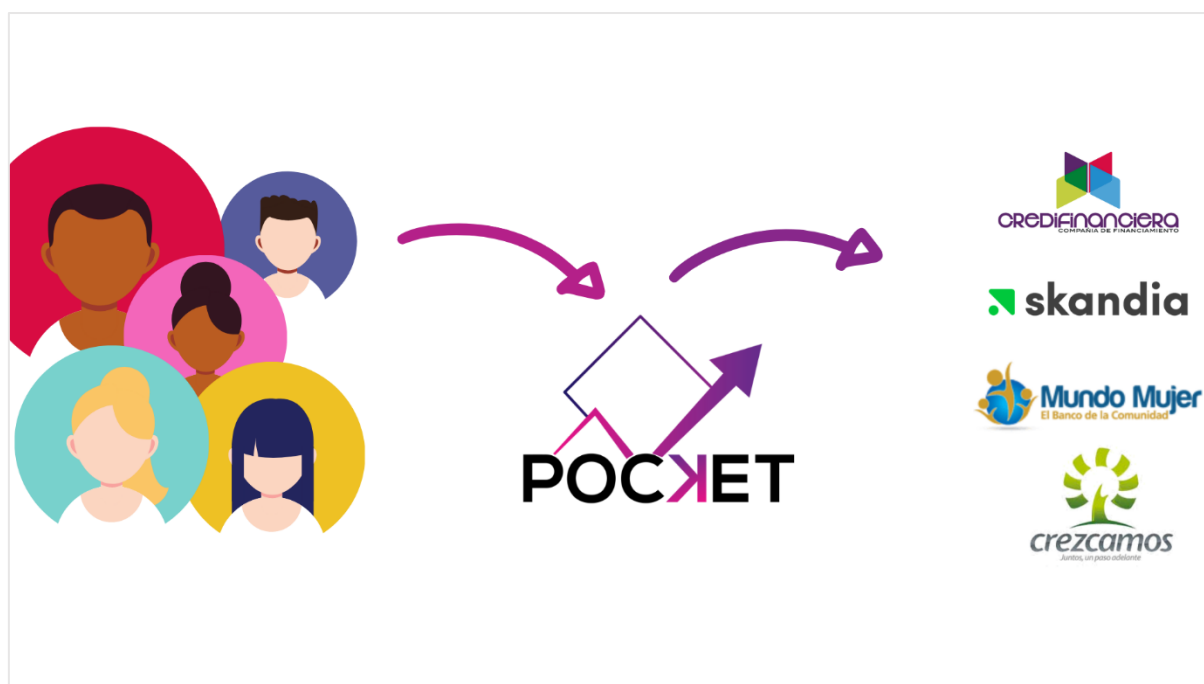
2. Presentación del producto

2.1 Concepto del producto

Pocket es un intermediario financiero entre personas naturales y personas jurídicas (personas o empresas) que busca brindar soluciones de ahorro e inversión a sus clientes a través

de diferentes mecanismos. Para ello, Pocket tiene 4 principales aliados estratégicos que prestan estos servicios cumpliendo con la legislación nacional: Crezcamos, Skandia, Banco Mundo Mujer y Credifinanciera, todas ellas reguladas, vigiladas y controladas por la Superintendencia Financiera de Colombia y Fogafin como aseguradora. Estas empresas son las encargadas de administrar el dinero de los clientes y, además, pagar una comisión de éxito a Pocket como intermediario.

Ilustración 1. Infografía 1 Aliados Pocket..



Fuente: (Garcia, 2021)

2.2 Cuadro de planeación estratégica.

Tabla 1. Tabla de planeación estratégica Pocket.

Propuesta de valor	Realizar el debido relanzamiento de marca, anteriormente Negocios e Inversiones Ltda y ahora Pocket Colombia, llegar a más personas desde el ámbito digital, generar cierta educación financiera e incentivar a los jóvenes hacer parte de este movimiento.
Clientes	Pocket Colombia se dirige principalmente a jóvenes y adultos que quieran tener un cambio desde el ámbito financiero.
Canal	En Pocket Colombia siempre buscamos tener una reunión ya sea presencial o virtual con las personas donde tengamos una cita definida y un espacio donde le podremos brindar una asesoría personalizada.
Relación	El contacto y la relación que generamos con el cliente puede ser a través de nuestras redes sociales o directamente con nuestra página web.
Ingresos	Las fuentes de ingresos se realizarán cuando ellos decidan hacer parte de Pocket Colombia e invertir su dinero con alguno de nuestros aliados.
Recursos	Uno de los recursos más importantes en Pocket son los asesores, quienes brindarán el servicio directo con nuestros clientes.
Actividades	Las actividades clave son las asesorías, concretar y lograr capturar al cliente.
Alianzas	Tenemos varios socios clave y alianzas como: Credifinanciera, Skandia, Mundo mujer y Crezcamos.
Costes	Los costes van más enfocados al lugar donde prestamos las asesorías y al punto Pocket Colombia, sin dudar tenemos costes en el área de estrategia digital la cual es muy importante.

Fuente: elaboración propia

3. Análisis digital de la competencia

El modelo de negocio de Pocket es difícilmente replicable, lo que ha significado una ventaja competitiva en el mercado. Las empresas que desarrollan las mismas actividades están encaminadas a un nicho adulto del mercado y distante de quienes no conocen completamente el sector. Para entender el sector de las Fintech, concepto que se busca acuñar la empresa en su filosofía y definición, se realizó un análisis del mercado, ello en búsqueda de identificar que empresa o empresas podrían ser semejantes y, por consiguiente, competencia de Pocket.

De dicho análisis, se concluyó que existen dos plataformas que, aunque distan en su tamaño y servicios, son competencia y referente de Pocket, claramente, controlando las proporciones de las tres empresas. La más grande y reconocida es Nequi. Una de las Fintech más destacadas de los últimos años que, gracias al músculo financiero del Grupo Bancolombia, ha logrado posicionarse como una de las plataformas más utilizada por los jóvenes en lo que respecta a sus necesidades bancarias.

Por otra parte, y desde una perspectiva un poco más compleja, se encuentra Ualet. Una aplicación diseñada

para conocedores del sector financiero que buscan invertir en línea con rentabilidades competitivas y con mecanismos de inversión más conservadores. Una firma del grupo Afín, comisionista de bolsa, ha logrado tener un alcance importante en el sector y, particularmente, conquistar al público conocedor más joven. Este último con significativamente menos alcance que su competidor.

A continuación, se exponen algunos criterios importantes a la hora de evaluar su posicionamiento y estrategia digital. Para ello, se hizo uso de las herramientas SimilarWeb, Website Grader y LikeAlyzer

Tabla 2. Análisis de competencia digital, elaboración propia

Métrica	Competencia 1	Competencia 2
Sitio web	nequi.com.co	ualet.com
# Visitas (Millones)	2,58	-
Promedio duración (Minutos)	3:20	-
# Pag. Vistas	2,96	-
Rebote	34,32 %	-
Tráfico por países	COL: 98,56% USA: 0,58% VEN: 0,12%	-
Fuente de Tráfico		-
Directo	18,13 %	-
Referidos	39,46 %	-
Buscadores	39,87 %	-
Redes Sociales	1,20 %	-
Emailing	1,35 %	-
Display	0,00 %	-
Diagnostico SEO		
Desempeño	11/30	15/30
Móvil	20/30	30/30
Seo	30/30	30/30
Seguridad	5/10	5/10
Presencia en Internet		
Sitio Web	nequi.com.co	ualet
Publicidad	Si	Si
1.Display	-	-
2.Redes Sociales	Youtube Facebook WhatsApp Web LinkedIn Instagram	Youtube Facebook LinkedIn Instagram
3.Remarketing	-	-
4.Pop-Up Marketing	-	-
5.Relaciones Públicas 2.0	-	-
6.Publicidad en Buscadores	No	-
Redes Sociales		
Variabes cuantitativas RRSS Seguidores – seguidores actuales y nuevos seguidores mensuales Frecuencia de publicaciones – publicaciones semanales Tipo de contenido – foto, video, texto, infografía y audio, en el caso de videos (informativos y promocionales) Engagement semanal – replies, menciones, rts, favoritos, me gusta, comentarios, share, +1, y repins	IG: 64,8 mil seguidores 367 publicaciones desde 13/04/2016 5 post aprox /semana Fotos, Gifs, infografias informativos principalemnte FB: 128,629 seguidores 463 fotos desde 1/08/2016 8 post aprox / semana Foto e infografias TW: 16,736 seguidores 1,074 fotos y videos 17879 twitts	IG: 3773 seguidores 94 publicaciones desde 18/07/2018 1 post aprox /semana Fotos, Gifs, infografias informativos principalemnte FB: 5321 seguidores 43 fotos desde 15/08/2017 1 post aprox /semana Foto e infografias TW: 480 seguidores 11 fotos y videos 17 twitts
Variabes cualitativas RRSS Social Customer Service – ¿responden o no a los seguidores?, tiempo de respuesta, cantidad de respuestas, sentimiento positivo y negativo Tipo de promociones – cupones, descuentos, concursos o sorteos	Dadas las fallas de la plataforma y al tratarse de un servicio financiero, en muchas ocasiones la cuenta se vuelve tendencia negativamente en Twitter. Del mismo modo, cuando falla en las historias de IG también se nota la inconformidad de los usuarios	Muy poco contenido
Emailing (frecuencia, tipo de contenidos)	Aprox. 2/mes	Aprox. 3/mes
Marketing Móvil (App, responsive, marketing de aproximación, promociones...)	App	App

Fuente: elaboración propia

4. Buyer persona

El buyer persona definido por Pocket será alguien que realmente quiera hacer un cambio en su vida, específicamente en sus finanzas, una persona que quiera tener cierta libertad financiera, desee hacer algo diferente y tenga confianza en nosotros, ya que con la debida asesoría y elección de nuestro servicio y empresa aliada llegará y cumplirá las metas deseadas. Esta persona es alguien que quiere una estabilidad financiera, ganas de ahorrar e invertir, pero no sabe cómo hacerlo, nos conoce a través de una red social y se ve interesado por lo cual se redirige a nuestra página web donde deja sus datos personales y nosotros lo contactamos. Es una persona que busca la confiabilidad, seguridad y rentabilidad, lo cual podemos brindar.

Ilustración 2. Buyer persona.



Fuente: elaboración propia

5. Línea de contenidos para la estrategia digital.

5.1 Objetivo de la estrategia de contenidos

Renovar la marca Negocios e Inversiones Ltda. a Pocket con un alcance superior a 1000 usuarios en redes sociales (Facebook, likedInn, Instagram y Twitter), a través del cambio la marca (logo, slogan, estrategia digital, página web, redes sociales, etc) de manera que se logre posicionar la marca para el 2021, dando a conocer el portafolio de servicios e incentivando el llamado a la acción concretando reuniones presenciales o virtuales.

5.2 Mix de estrategias de contenidos

Iustración 3. Mix de estrategias de contenido, elaboración propia.

CONTENIDOS			
C	COMMUNITY	M	MARKETING
1	¿Qué es el ahorro?	1	Servicio personalizado
2	¿Qué es la inversión?	2	Servicio gratuito
3	Ahorro VS Inversión	3	Servicio transparente
4	¿Qué es un CDT?	4	Servicio seguro
5	¿Qué es un FIC?	5	Rentabilidad
6	¿Qué son las FinTech?	6	
7	Hábitos del ahorro	7	
8		8	
9		9	
10		10	
I	INSTITUCIONAL	IN	INTERACCION
1	Empresa juvenil	1	Charlas de ahorro
2	Empresa con credibilidad	2	Alianzas estrategias con marcar
3	Empresa organizada	3	Concursos
4	Empresa con experiencia	4	Descuentos
5	Mas de 20 años de experiencia	5	Encuentas con herramientas de IG
6	Quienes somos	6	Trivias
7		7	Influencers
8		8	
9		9	
10		10	

Fuente: elaboración propia

5.2.1 Estrategia de contenido dirigida a la comunidad

Las estrategias de contenido encaminadas a la generación de comunidad o de posicionamiento las hemos encaminado principalmente a uno de los propósitos principales de la empresa: la educación financiera. Hemos identificado que una de las razones más recurrentes a la hora de querer invertir y finalmente no hacerlo es la desinformación. Por ello, consideramos un pilar fundamental en la empresa y una estrategia de consolidación de comunidad dar respuesta a dichas inquietudes que naturalmente surgen.

5.2.2 Estrategia de contenido de marketing

Por su parte, desde el contenido de marketing queremos destacar los atributos de nuestro servicio y exaltar sus virtudes ya que consideramos son lo que determina en nuestro caso una diferencial y una ventaja comparativa.

5.2.3 Estrategia de contenido institucional

En los contenidos institucionales, buscamos resaltar algunos valores propios de la marca que dar robustez al modelo de negocio, credibilidad y, aun más importante, transparencia y profesionalismo. Aquí se refuerza también, a modo de argumento, los contenidos de marketing.

5.2.4 Estrategia de contenido de interacción

Hemos entendido que nuestro servicio no es de compra inmediata, por tanto, todas las interacciones con el cliente están realmente enfocadas en conseguir el momento de verdad de la venta: reunión personal o virtual. Solo bajo estas dos opciones nuestros clientes realmente conocen el producto y toman una determinación sobre si invertir o no hacerlo, de allí la importancia del *call to action* para *meetings*.

6. Posicionamiento SEO

El posicionamiento SEO representa una gran herramienta en las búsquedas orgánicas de cualquier empresa y, por consiguiente, en la cantidad de usuarios que puede impactar una página web, esto, además, sin necesidad de pagar. A continuación, se presenta los datos más relevantes para determinar dicho posicionamiento.

Tabla 3. Análisis SEO Pocket, elaboración propia.

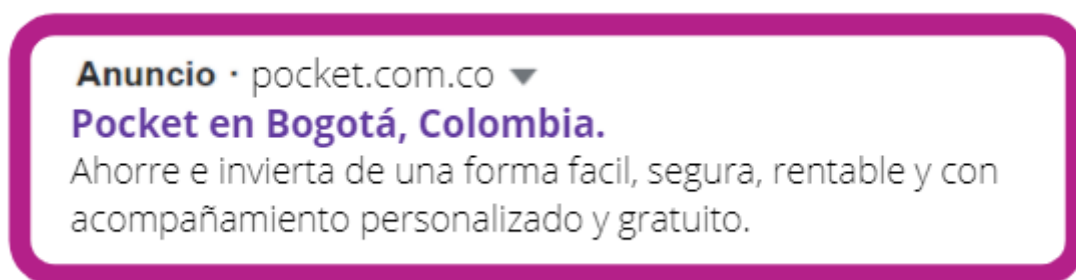
Optimización Web- SEO (Optimización de sitios web para motores de búsqueda)	
Realiza un listado de las keywords que las personas utilizan para encontrar tu servicio/productos.	Finanzas
	Ahorro
	Inversión
	Patrimonio
	CDTs
	Seguros
Selecciona una keyword primaria y realiza un listado del contenido que crearás en torno a esa palabra clave. (formatos y temas)	Inversiones
Optimiza el contenido en torno a un keyword primaria que seleccionaste	
a. URL:	www.pocket.com.co
b. Metadescripción:	Ahorre e invierta de una forma fácil, segura, rentable y con acompañamiento personalizado y gratuito
c. Título de la página (pestaña de la página):	Pocket Ahorro e Inversión
d. Título del contenido:	
¿Cómo promocionarás el contenido? (Publicidad y comunidades en redes	Pauta, contenido en RRSS, mailing y voz a voz
¿Cómo conseguirás leads al contenido? (Concursos, conexiones	Pauta, voz a voz, videoconferencias y charlas presenciales gratuitas

Fuente: elaboración propia

7. Posicionamiento

Por su parte, el posicionamiento SEM permite, con una inversión, ubicar la marca entre los primeros resultados de una búsqueda. En la metadescripción hemos decidido establecer un texto corto y llamativo que incite a ingresar a la web. Entre nuestras palabras claves se encuentran: ahorro, inversión, finanzas, patrimonio, seguro y CDT. A continuación, una posible visualización de pauta SEM.

Ilustración 4. Anuncio de pago SEM, elaboración propia.



Fuente: elaboración propia

8. Página Web

En segunda instancia, como parte del proceso de reestructuración, se adquirió el dominio y hosting de la página web, que hoy en día está en proceso de cotización. Entretanto se tiene un mockup de la estructura general de lo que sería el sitio web disponible.

Ilustración 5. Inicio - página web



Fuente: elaboración propia en www.wix.com

Ilustración 6. Quiénes somos – página web



Fuente: elaboración propia en www.wix.com

Ilustración 7. Nuestros servicios

Certificados de Depósito a Término fijo
Reservar ahora

Asesoría en Inversiones
Reservar ahora

Seguro de Vida
Reservar ahora

Cuentas de Ahorro
Reservar ahora

¡Vamos a chatear!
Te responderemos tan pronto como podamos.

Reserva:
 -Seleccionar el servicio
 -Seleccionar fecha y hora
 -Ingresar los datos personales
 -Recibirá un correo de confirmación

Fuente: elaboración propia en www.wix.com

Ilustración 8. Contacto – página web

Contacto
 Cll. 159 # 54-78, Bogotá, Colombia
 comercial@pocket.com
 +57 311 8355972

Dirección
Correo electrónico
Telefónica

Nombre
 Dirección
 Email Teléfono
 Asunto
 Escribe tu mensaje aquí...
 Enviar

Datos personales para contactar a nuestros clientes (Nosotros los contactamos)

¡Vamos a chatear!
Te responderemos tan pronto como podamos.

Fuente: elaboración propia en www.wix.com

Ilustración 9. Ubicación y suscripción



Fuente: elaboración propia en www.wix.com

8.1 Logo

Ilustración 10. Logo.



Fuente: elaboración propia

Nuestro logo representa la marca, podemos apreciar que es sencillo, pero con un mensaje claro y es ir hacia adelante, esto lo queremos ver reflejado en nuestras asesorías, inversiones de nuestros clientes, cuentas de cada uno de ellos y que principalmente se sientan cómodos y felices de ser parte de este gran equipo.

8.2 Menú de navegación

Pocket es una empresa prestadora de un servicio de consultoría, en nuestra página web podrán apreciar los servicios que prestamos a nuestros clientes, donde ellos podrán realizar la respectiva reserva de la consultoría que requiera para brindarle una asesoría mucho más personalizada.

8.3 Captura de seguidores

La captura de seguidores la realizaremos a través de diferentes herramientas y de esta forma podremos llegar a más personas. Queremos dejar un mensaje claro e incentivar la visita de nuestra página donde encontrarán más información. Ellos podrán redirigirse a nuestros portales solo dando click y de esta forma conocernos para posteriormente ser parte de Pocket.

8.4 Sección sobre nosotros

En esta sección se encontrarán con una breve historia de Pocket Colombia, cómo hemos llegado donde estamos, donde surgió la empresa, los años de experiencia en el mercado y con este generar mayor confianza en nuestros posibles clientes.

8.5 Sección de datos personales

Al final de la página hay un espacio para que nuestros clientes sean contactados, al tener sus datos personales podremos llegar a ellos fácilmente a través de diferentes anuncios y publicaciones, logrando un acercamiento efectivo.

9. Publicidad y anuncios en internet

9.1 Anuncios display

Los anuncios display nos permitirá llegar a aquellos prospectos que necesitan de nuestros servicios o se ven atraídos por estos. El anuncio display está enfocado para que nuestros potenciales clientes reconozcan la marca y tengamos un impacto en ellos.

Ilustración 11. Anuncio display elaboración propia.



Fuente: elaboración propia en www.wix.com

9.2 Anuncios pop up

Con este tipo de anuncio buscamos obtener eficiencia y ahorro de tiempo. Sirven como un estímulo hacia el consumidor de tal forma que este llegue a interactuar con nuestro sitio web y así generar una acción valiosa para la marca (agendar una cita).

Ilustración 12. Anuncio pop up



Fuente: elaboración propia en www.wix.com

9.3 Anuncios publicaciones

Ilustración 13. Anuncio publicaciones elaboración propia



Fuente: elaboración propia en www.wix.com

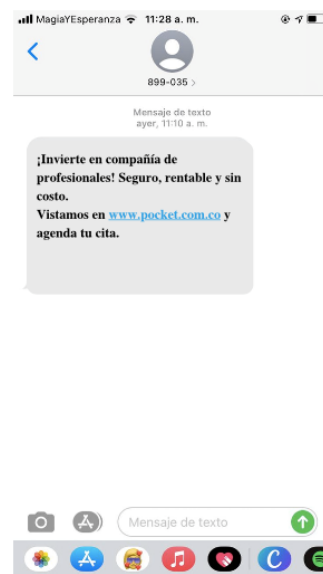
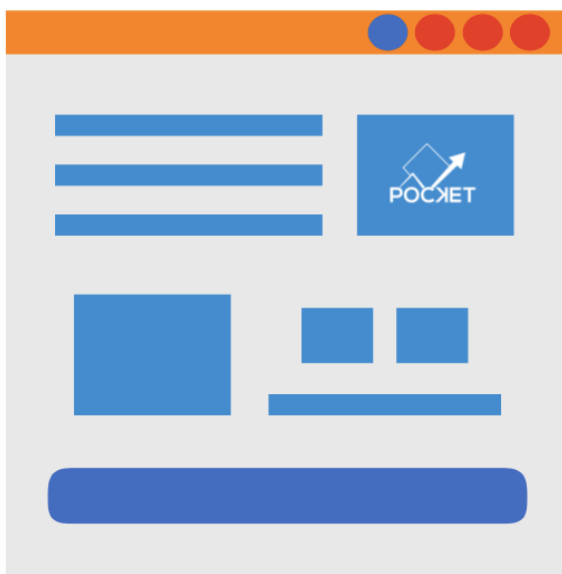
Los anuncios y publicaciones los ayudarán agregar información relevante asociada a Pocket Colombia, la cual permita generar con el cliente un acercamiento con nosotros, donde puede conocernos mejor, y apreciar el contenido que podemos ofrecer. Estos anuncios buscan obtener un resultado a corto plazo.

9.4 Anuncios landing page y msm

Cuenta con contenidos de valor llegando al público específico a través de contenidos de valor, el usuario podrá interactuar, conocer nuestra historia, servicios, aliados, entre otros.

Al final de la página tenemos una casilla de información donde las personas pueden dejarnos sus datos y los podemos convertir en Leeds para enseñar nuestros productos y dar más información. Con msm incentivamos al usuario y este logre verse interesado en uno o varios de los servicios que tenemos para él. Siendo claros con la información y con un mensaje que permita impactarlos el msm es efectivo, logrando que nos visiten en nuestra página, concretar una cita y generar mayor afinidad enviando este tipo de información en horarios estratégicos y así lograr llegar a más personas.

Ilustración 14. Anuncio landing page y msm



Fuente: elaboración propia en www.wix.com

10. Conclusión

A lo largo del Programa Avanzado de Formación Empresarial PAFE se han desarrollado los cimientos de la estrategia de marketing digital para la renovación de marca de la empresa Negocios e Inversiones Ltda. a la nueva marca Pocket. Ello, a través de la implementación de diferentes herramientas de análisis de los aspectos más relevantes del marketing digital se han logrado identificar oportunidades de crecimiento en este ámbito para Pocket.

Desde la concepción de marca hasta los parámetros principales que han de determinar la estrategia de marketing digital, página web, anuncios, estrategias de posicionamiento, estrategias de alcance y contenidos, entre otras, son fundamentales en la construcción de la empresa desde el punto de vista del marketing digital.

Es claro que el presente trabajo aporta una ruta teórica de un posterior ejercicio práctico que supone nuevos retos. Sin embargo, con este marco teórico e investigativo, es mucho más claro con el fin de entender y llevar a cabo la estrategia.

11.Referencias

Garcia, D. A. (14 de 03 de 2021). Pocket, rumbo a las Fintech. Bogotá.

Nequi. (s.f.). Recuperado el 16 de 12 de 2020, de <https://www.nequi.com.co/>

Similar Web. (2021). Obtenido de <https://www.similarweb.com/>

Website Grader. (2021). Recuperado el 12 de 2020, de <https://website.grader.com/>