

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

ESTRATEGIA DIGITAL PARA APLICACIÓN

JOB JOBS



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

TRABAJO DE GRADO

AUTORES:

ANA MILENA BARROS BELLIDO

ANDRES DANILO MURCIA BECERRA

MARÍA CAMILA MORENO RINCÓN

BOGOTÁ

2020

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

ESTRATEGIA DIGITAL PARA APLICACIÓN

JOB JOBS

TRABAJO DE GRADO

AUTORES:

ANA MILENA BARROS BELLIDO

ANDRES DANILO MURCIA BECERRA

MARÍA CAMILA MORENO RINCÓN

TUTORA:

VIVIANA CAROLINA ROMERO PERALTA

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

ADMINISTRACIÓN EN LOGÍSTICA Y PRODUCCIÓN

BOGOTÁ

2020

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	8
Palabras Clave	8
ABSTRACT	9
Keywords	9
1. INTRODUCCION	10
2. OBJETIVOS	11
2.2 Objetivos específicos.....	11
3. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	11
3.1 Concepto del producto.....	11
3.2 Análisis digital de la competencia.....	12
4. LÍNEA DE CONTENIDOS PARA LA ESTRATEGIA DIGITAL	16
4.1 Objetivo de la Estrategia de Contenidos.....	16
4.2 Mix de Contenidos.....	16
5. ESTRATEGIA SEO	17
6. ESTRATEGIA SEM	18
6.1 Página web	19
6.2 Menú de navegación	19
6.3 Servicios	20
6.4 Aproximación.....	21
6.5 Newsletter	22
6.6 Landing Page.....	22
7. PUBLICIDAD	23
7.1 Códigos QR.....	23
7.2 E-MAIL	24
8. REDES SOCIALES	25
8.1 Facebook.....	25
8.2 Instagram.....	26
8.3 Mailing	30
9. CONCLUSIONES	31
10. BIBLIOGRAFÍA	32
11. ANEXOS	34

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis Competencia	13
Tabla 2. Buyer persona	15
Tabla 3. Contenidos Topics	16

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Descripción buyer persona	14
Figura 2. Descripción buyer persona	14
Figura 3. Meta descripción planteada para Job Jobs	18
Figura 4. Estrategía SEM, con keywords de Adwords para Job Jobs	18
Figura 5. Muck Up de la página web de Job Jobs	19
Figura 6. Muck Up Menú de navegación de la página web de Job Jobs	19
Figura 7. Muck Up de servicios en la página web de Job Jobs	20
Figura 8. Muck Up medios de aproximación Job Jobs.....	21
Figura 9. Muck Up para recopilación datos de usuario por la página web Job Jobs....	22
Figura 10. Muck Up Call to Action y formulario para Job Jobs	22
Figura 11. Muck Up Código QR Job Jobs.....	23
Figura 12. Muck Up envió E-mail Job Jobs	24
Figura 13. Muck Up Publicidad Facebook	25
Figura 14. Muck Up Publicidad Facebook	26
Figura 15. Presentación Influencer	27
Figura 16. Presentación Influencer	28
Figura 17. Presentación Influencer	28
Figura 18. Presentación Influencer	29
Figura 19. Muck Up Post Instagram.....	29
Figura 20. Muck Up Mailing	30

Glosario

Buyer Persona: Cliente ideal de un servicio o producto. (Inboundcycle, s.f.)

Call to action: Palabra o frase cuyo objetivo es conseguir que la persona que está leyendo tu mensaje realice una acción inmediata. (Samuparra, s.f.)

Código QR: Código de barras bidimensional cuadrada que puede almacenar los datos codificados. (unitag , s.f.)

Email Marketing: Herramienta de comunicación de la que dispone la empresa para comunicarse con el cliente utilizando el correo electrónico y se envía a un grupo de contactos, es personalizable y nada invasivo. (Foxize, s.f.)

Keywords: Término o conjunto de términos que utilizan los usuarios cuando buscan en los buscadores. (Inboundcycle , s.f.)

Mailing: Es la publicidad directa que envían las empresas a los contactos que tienen en su base de datos. (Gestion Org , s.f.)

Marketing Digital: Conjunto de estrategias dirigidas hacia la promoción de una marca en el internet. (Rdstation , s.f.)

Newsletter: Publicación periódica que recoge las novedades más relevantes y de interés que tiene un negocio. En ella, se recogen los principales contenidos de interés para los suscriptores sobre la marca y el sector. (Iebschool , s.f.)

Plataformas Digitales: Todos aquellos sitios de internet que almacenan información de una empresa y a través de la cual los usuarios pueden acceder a cuentas personales y detalles sobre la empresa. (Rankia , s.f.)

Similarweb: Herramienta de análisis de sitios web que ayuda a conocer el mercado y monitorear a los competidores. La clasificación en la búsqueda, el número de visitas y las fuentes de tráfico son informaciones que puedes recopilar con el uso de esta herramienta. (Rockcontent , s.f.)

Teletrabajo: Forma de organización laboral que consiste en el desempeño de actividades remuneradas o prestación de servicios a terceros utilizando como soporte las tecnologías de

información y comunicación para el contacto entre el trabajador y la empresa, sin requerirse la presencia física del trabajador en sitio específico de trabajo. (Teletrabajo , s.f.)

TICS: Siglas de Tecnologías de Información y Comunicación. (Entrepreneur , s.f.)

RESUMEN

Se desarrolla una estrategia de marketing digital para dar a conocer la aplicación Job Jobs, de tal forma que, se crea una página web en la cual se presentarán cada uno de los servicios que contiene esta aplicación, tales como: búsqueda de actividades que no requieren de experiencia, búsqueda de asesorías con profesionales y con estudiantes que se encuentran en un semestre avanzado de sus carreras universitarias.

Además, se tuvo en cuenta durante el desarrollo de la estrategia redes sociales como Facebook e Instagram. Respecto a la segmentación de producto se tomó como referencia un *buyer persona*, el cual se encuentra entre los 25 y 50 años, cuenta con un promedio salarial anual entre 6,000,000 COP y 60,000,000 COP. De igual forma, se referenciaron sus hobbies, usuarios de la ciudad de Bogotá, disponibilidad de tiempo para pasar con familia y amigos, y por último, el ‘sentirse seguro y feliz’ con cada uno de sus proyectos propuestos.

La estrategia de contenido tiene como función generar servicios de alta calidad que logren estar siempre disponibles y así mismo al gusto de los consumidores, respecto al posicionamiento de la estrategia SEO se tendrán en cuenta *keywords* principales tales como: Bogotá, empresas, favores, fácil y rápido. Lo anterior, con el propósito de lograr anuncios de publicidad y así mismo reconocimiento por parte del cliente.

Ahora bien, también se manejará el desarrollo de una página web en la cual el consumidor podrá interactuar con cada uno de los servicios que ofrece la aplicación, al brindar información de cada una de las actividades que se irán desarrollando para generar mayor contacto, reconocimiento y fidelización respecto a la marca y la aplicación.

Finalmente, se quiere generar un impacto en una comunidad que presente disponibilidad de tiempo y así logren aprovechar también los servicios que brinda esta aplicación. Se tendrán en cuenta las observaciones por parte de los usuarios vía correo electrónico para así fomentar un reconocimiento y calidad en cada uno de los servicios que se ofrezcan, para mayores recomendaciones externas por parte de ellos.

Palabras Clave: Marketing, estrategia digital, redes sociales, , buyer persona, Jobs Jobs, estrategia SEO, competencia, aplicaciones, página web, posicionamiento, códigos QR, trabajo, servicios, empresas.

ABSTRACT

A digital marketing strategy is developed to publicize the Job Jobs application in such a way that, by creating a web page, each of the services contained in this application will be presented, such as searching for activities that do not require experience, also seeking advice with professionals and also students who are in an advanced semester of their university careers.

In addition, it will be taken into account during the development of the strategy, social networks such as Facebook and Instagram. Regarding product segmentation, we take as a reference a buyer person who is between 25 and 50 years old with an average annual salary of 6,000,000 and 60,000,000 respectively, taking into account their hobbies, users in the city of Bogotá, availability of time to spend with family and friends, and finally feel safe and happy with each of your proposed projects.

The content strategy has the function of generating high quality services that are always available and also to the taste of consumers, regarding the positioning of the SEO strategy, main keywords such as: Bogotá, companies, favours, easy will be taken into account and fast, taking into account each of the keywords mentioned above to achieve advertising ads and also recognition by the client.

However, the development of a web page in which the consumer will be able to interact with each of the services offered by the application will also be managed, providing information on each of the activities that will be developed to generate greater contact, recognition and loyalty regarding the brand and the application.

Finally, you want to generate an impact in a community that has time availability and thus also take advantage of the services provided by this application.

Observations by users via email will be taken into account in order to promote recognition, quality in each of the services offered and finally achieve greater external recommendations from them.

Keywords: Marketing, digital strategy, social networks, buyer person, Jobs Jobs, SEM strategy, competition, applications, website, positioning, QR Codes, work, services, companies

1. INTRODUCCION

La demanda del mercado digital cada día toma más fuerza, por esto, es importante desarrollar buenas estrategias durante la implementación y desarrollo de los modelos de negocios. La era digital no solo está trayendo consigo transformaciones en la sociedad, sino en la forma cómo se toman decisiones y se relacionan sus usuarios, al brindar más facilidades para el consumidor, pero igualmente nuevos retos para dueños de grandes, medianas y pequeñas empresas.

Un claro ejemplo de lo anterior lo muestra la coyuntura actual por COVID-19, en donde los mercados y empresas, tanto nuevas como tradicionales, tuvieron que recrear de forma casi que inmediata su organización operacional. El cambio más grande se dio en el teletrabajo, siendo así el mayor experimento de trabajo remoto nunca antes visto, no obstante, con esto también vino la implementación de estrategias desde lo digital para seguir afianzando procesos de fidelización y de atracción a potenciales clientes sin importar que tipo de producto, servicio o actividad económica se dedique.

Teniendo en cuenta la anterior, se desarrollará una estrategia digital para una nueva APP, la cual incursionará en Colombia a través de plataformas digitales y mediante la cual se pretende generar ingresos extra aquellas personas que lo necesiten por medio de favores, mentorías, o cualquier otro servicio lícito que se ofrezca a través de la APP, al lograr así una solución de impacto social y económico para el país.

2. OBJETIVOS

2.1 General

Integrar una estrategia de marketing digital para la aplicación Job Jobs, al que permitan lograr atracción y fidelización de cada uno de los usuarios y así mismo de la aplicación en el mercado.

2.2 Objetivos específicos

Desarrollar contenido de marketing digital, al integrar todo tipo de información y contenido que logre ir acorde a los intereses de los usuarios, y así, capturar potenciales clientes y recomendaciones. Desarrollar y generar contenido digital, tal como inmersión en redes sociales y página web para así lograr la mayor captura de clientes potenciales por medio de estos contenidos y lograr mayor posicionamiento, fidelización y reconocimiento de la aplicación.

3. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

3.1 Concepto del producto

“Job Jobs es una aplicación dirigida a personas jóvenes y pensionadas, que cuentan con tiempo libre y quieren conseguir dinero extra a cambio de realizar actividades a personas que no cuentan con el tiempo o experiencia para desarrollarlas. Esta aplicación satisface la necesidad de empleo a jóvenes universitarios y pensionados, así mismo, brinda seguridad y confianza a la persona u organización que necesite de la prestación del servicio.” (Grupo producto Job Jobs)

3.2 Análisis digital de la competencia

Para el análisis de la competencia se tomó como referencia la página online Similarweb en la cual se evaluaron aplicaciones tales como App Airtasker, Rappi, Computrabajo y Indeed.

Respecto a la aplicación Airtasker se logró evidenciar un alto potencial en el desarrollo y manejo de su estrategia digital puesto que presenta un 987.8 millones de visitas con una duración de 9 minutos en promedio, así mismo los países con mayor tráfico de esta App son Australia y Estados Unidos, presentando así mayor participación en las redes sociales tales como, Facebook, Youtube y Whatsapp. (SimilarWeb , s.f.)

La aplicación Rappi, presenta 2.52 millones de visitas con una duración en su plataforma digital de 17 minutos con mayor participación en los países México, Colombia y Brasil y presenta participación en redes sociales Whatsapp, Facebook y Youtube. (SimilarWeb, s.f.)

Computrabajo recibe 1.50 Millones de visitas con una duración de 5 minutos, en los países Venezuela, Guatemala y Colombia, presentando mayor movimiento en las redes sociales Facebook y LinkedIn. (SimilarWeb, s.f.)

Indeed presenta 339 Millones de visitas con una duración de 6 minutos en su portal virtual, se encuentra impactada por los países Estados Unidos, Canadá y Japón generando mayor actividad en las redes Youtube, Facebook y LinkedIn. (SimilarWeb, s.f.)

Cada una de las aplicaciones presentadas anteriormente logran dar certeza de su alta capacidad para incursionar en el mercado por medio de plataformas digitales, de igual forma, es evidente su potencial para el desarrollo de estrategias que han logrado impactar a cada uno de los usuarios que hoy día disfrutan de los servicios de estas redes online.

Teniendo como referencia el análisis de las aplicaciones anteriores, se logró evidenciar su gran aplicación e inmersión en las diferentes redes sociales que generan mayor tráfico de personas por tanto, se pretende integrar información de la aplicación de Job Jobs por medio de publicidad por medio de códigos QR; aumentar la capacidad publicitaria a través Email marketing, para captar mayor reconocimiento e interés por parte del cliente y permitir la visita de cada una de nuestras redes sociales, página web y posterior descarga de la aplicación; de

esta forma, se da a conocer cada uno de sus servicios ofrecidos y se incentiva el uso de los mismos.

Tabla 1.

Análisis Competencia

Métrica	Competencia 1	Competencia 2	Competencia 3
Sitio web	Rappi	Computrabajo	Indeed
# Visitas	2.52 M	1.50 M	339.18 M
Promedio duración	17:18	5:15	6:25
# Pag. Vistas	11.03	6,35	7,76
Rebote	38.69%	39.76%	34.89%
Tráfico por países	Mexico:32.88%, Colombia: 32.55% Brazil:22.67%	Venezuela:49.53%, Guatemala: 17.66% Colombia:11.98%	United States:54.51% Canada:6.61% Japan:4.29%
Fuente de Tráfico			
Directo	86.93%	54.14%	45.50%
Referidos	1.86%	2.67%	3.85%
Buscadores	9.13%	32.63%	41.36%
Redes Sociales	1.17%	1.40%	2.07%
Emailing	0.91%	9.13%	7.08%
Display	0.00%	0.02%	0.14%
Diagnostico SEO			
Desempeño	30/30	24/30	26/30
Móvil	28/30	22/30	24/30
Seo	28/30	22/30	24/30
Seguridad	10	10	10
Presencia en Internet			
Sitio Web	SI	SI	SI
Publicidad	SI	SI	SI
1.Display	No display advertising	0.02%	0.14%
2.Redes Sociales	Whatsap:38.65% Facebook:29.84% Youtube:22.39%	Youtube:37.07%, Facebook:33.01%, Linkedin:9.64%	Youtube:51.58%, Facebook:24.25%, Linkedin:8.84%
3.Remarketing	SI	SI	SI
4.Pop-Up Marketing	SI	SI	SI
5.Relaciones Públicas	SI	SI	SI
6.Publicidad en Buscadores	Si, Google Chrome	Si, Google Chrome	Si, Google Chrome
Redes Sociales			
Variables cuantitativas RRSS -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, respuestas, favoritos, me gusta, comentarios, share y repins.	947,000 mil seguidores en facebook, contando con 941,000 mil likes, contando con 3,000 mil interacciones en los ultimos 5 días.	Cuenta con 360,000 mil seguidores en facebook y 350,000 mil likes, generando 1,700 mil interacciones durante 1 mes.	Presenta 1,800,000 millones de seguidores en facebook y 1,800,000 millones de likes y presenta una interacción de 1,200,000 millones por 15 días.
Variables 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	La pagina web muestra cada uno de sus servicios pero no presenta un chat o algo de contenido para la interacción del usuario con la misma.	Los usuarios pueden interactuar con cada uno de los items que muestra la pagina web, sin embargo no presenta un chat de respuestas o recomendaciones.	Presenta capacidad de interacción de los usuarios con su pagina web y así mismo da la posibilidad de contacto por medio del correo electronico.

Fuente: Realizado por los autores- Datos obtenidos de Similarweb, Website Grader, Facebook. 2020

Definición del *Buyer Persona*

Figura 1.
Descripción *buyer persona*



Fuente: Realizada por los autores con uso de Canva

Figura 2.
Descripción *buyer persona*



Fuente: Realizada por los autores con uso de Canva

Tabla 2.

Buyer persona

Buyer Persona		
Nombre	SANTIAGO	ALBERTO
Edad	23	45
Estado Civil	Soltero	Casado
Condición Laboral	Estudiante	Trabajador profesional
Ingresos Anuales	6,000,000	60,000,000
Personal		
Qué necesita para ser feliz	Tener un proyecto de vida claro	Tener salud para trabajar
Qué hace cuando no esta en el trabajo	familia	Estar en casa con su familia.
En que prefiere gastar dinero casa	En sus actividades de diversión y gustos tales como compra de acciones	Invertir en finca raiz
Cómo mide el éxito	En casa	En el trabajo
	Seguridad y satisfacción en sus proyectos	Logrando sus metas en el trabajo y que su familia este bien
Conducta ON-LINE		
Cuanti tiempo pasa en Internet?	La mayoría de tiempo- 5 horas al día	4 horas
Qué dispositivos usa para conectarse a las redes sociales?	Celular y computador	Celular
Cuál es su red social preferida?	Facebook, Instagram, Twitter	Facebook, Gmail
Qué Blogs o tipos de Blogs son sus favoritos?	Le encanta el deporte y las revistas economicas	Revistas de dinero y futbol
Qué tipo de contenido disfruta leer?	Todo lo relacionado a economía	El periodico, libros de motivación personal y libros de como ser cada vez mejor
Qué temas son los de mayor Interés?	Noticias actuales economicas, hechos historicos y revistas de economía internacionales	Economía, Política y futbol.
Donde Busca Información?	Google	Google y noticias
Qué tipo de formato es de preferencia a la hora de aprender? Webinars. Videos. Ebooks, infográficos, slide shares, pdfs	Ebooks, pdfs y videos	videos y slides shares.
Que es lo que más realiza cuando esta conectado ? Chatear, leer blogs, revisar productos,ver videos,estudiar,investigar	Chatear, investigar y estudiar	Chatear, revisar productos , investigar
Qué tipo de información pasa más tiempo buscando en Internet.	Información economica y en sus tiempos libres empleo	Noticias, futbol y actividades para ganar dinero
Compran productos en línea	Si	Si
Qué horario es el que pasa más tiempo en internet - Revistas,blogs,especialistas.	En la tarde y noche	En la tarde
Qué tipo de lenguaje prefiere que se utilice para que se le dirijan? Formal, Informal? Simple? Relajado?.	Simple y relajado	Formal
Qué problema necesita solucionar hoy a nivel laboral?	Ninguno	Cumplir metas especificas del trabajo propuesto
Cuál es su mayor responsabilidad laboral?	Ninguno	Cumplir objetivos de la compañía
Qué problema laboral no le permite ser feliz?	Ninguno	Presión laboral
Qué aptitudes necesita tener para hacer un buen trabajo?		Adaptabilidad, Trabajo en equipo y capacidad de resolver problemas
A quien reporta?		Directivo superior
Quien es su mayor influencia a nivel laboral?		Director y compañeros de trabajo
laboral/profesional?		Ascender de puesto y mejorar sueldo
Relación con nuestra compañía		
Qué aspecto es el que más evalua antes de comprar?	Influencia de empresas y personas que usan la aplicación	Recomendaciones de amigos y jefes que ya han tenido experiencia con el producto
Qué causaría el abandono de su relación con nosotros?	No encontrar los servicios que necesita de inmediato	Malos comentarios respecto a la aplicación
Qué impacto emocional genera vuestra compañía en su vida?	Incertidumbre	Curiosidad, tranquilidad
Qué impacto financiero genera vuestra compañía en su empresa?	Bueno	Bueno

Fuente: Realizado por los autores.

4. LÍNEA DE CONTENIDOS PARA LA ESTRATEGIA DIGITAL

4.1 Objetivo de la Estrategia de Contenidos

Se busca conocer a mayor profundidad los diferentes aspectos de interés de clientes potenciales a través de distintos canales y contenidos tópicos para potenciar temas de interés, ya que al ser un ciclo de continuo aprendizaje y evolución se podrán obtener mejoras en los resultados arrojados.

4.2 Mix de Contenidos

Tabla 3.

Contenidos Tópicos

COMMUNITY	MARKETING
<ul style="list-style-type: none"> ● Tips para la creación de empresa. ● Sectores de la economía más afectados por la cuarentena. ● Carreras más solicitadas por las empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Aplicación con flexibilidad de precios, tiempo y confiabilidad para el consumidor. ● Genera beneficios a todas aquellas PYMES que requieren de servicios de información rápido, efectivo y económico. ● La aplicación cuenta con altos niveles de calidad, dependiendo de cada servicio que requiera el usuario. ● Por medio de esta aplicación las personas sin experiencia pueden obtenerla, y, así mismo, obtener una remuneración.

INSTITUCIONAL	INTERACCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> ● Generar alianzas con fundaciones que apoyen el emprendimiento. ● Integrar alianzas con grandes empresas tanto nacionales como internacionales. ● Generar un impacto social por medio de las vacantes de empleo. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Publicar la app en redes sociales. ● Ferias empresariales o laborales. ● Generar mayor experiencia con el producto para así saber en qué tipo de actividad se puede ayudar o asesorar. ● Conocer emprendimientos para asesorar sobre qué tipo de mentores pueden ayudar.

Fuente: Realizado por los autores.

5. ESTRATEGIA SEO

El posicionamiento SEO es conocido por trabajar la estrategia digital de manera orgánica y sin necesidad de ser paga para que se ubique en los primeros lugares de los resultados en los buscadores. Para hacer uso de este posicionamiento dentro de la estrategia digital que se está planteado, se tuvo en cuenta la selección de *keywords*, las cuales, tienen relación con: servicios prestados a través de la App y la página web, el título de la página web y por último la meta descripción. Las palabras que se escogieron fueron arrojadas por Keyword tool siendo éstas, parte de las más buscadas en internet, logrando así a través de ellas tener un mayor alcance y captación de posibles clientes.

En la meta descripción, que es “...una etiqueta HTML que sirve para proporcionar una descripción del contenido de la página a los buscadores.. (Archive.org, s.f.)”_ en donde se usan palabras claves para amarrar la búsqueda e incitar a la entrada de la página web es importante tener buenas keywords logrando por medio de ellas un mejor posicionamiento. Dado lo anterior

se escogieron las siguientes palabras claves para uso en la estrategia digital para la página web de la App Job Jobs: favores, mentorías, servicios, aplicación, Job.

Figura 3.
Meta descripción planteada para Job Jobs.

www.jobandjobs.com ▼
Job Jobs
Pide cualquier servicio que necesites. Nosotros hacemos todos los favores para que no salgas de casa. Encontraras los mejores mentores para tu negocio. Opciones: Mentorías, Servicios, favores. ¡Entra y descubre que todo es más fácil ahora!

Fuente: Realizada por los autores.

6. ESTRATEGIA SEM

El conjunto de herramientas, técnicas y estrategias que nos ayudan a optimizar la visibilidad de sitios y páginas web a través de los motores de los buscadores y que son pagas son conocidas cómo SEM. (Cyberclick, s.f.)

Para implementar el anuncio de pago SEM, se utilizó el producto Adwords de google, el cual permite dar publicidad en el buscador, de esta forma, se pretende generar atracción de nuestro *buyer persona*, y pretendiendo convertirlos en potenciales usuarios de los servicios brindados por medio de la página web de la aplicación.

El propósito con el pago del anuncio SEM es crear mayor tráfico de usuarios en la página web, lo que permitirá que accedan a alguna mentoría, servicio o favor que necesiten y también conlleve a descargar la aplicación en su celular.

Figura 4.
Estrategía SEM, con keywords de Adwords para Job Jobs.

Anuncio - www.jobandjobs.com ▼
Job Jobs
Pide cualquier **servicio** que necesites. Nosotros hacemos todos los **favores** para que no salgas de casa. Encontraras los mejores mentores para tu negocio. Opciones: **Mentorías, Servicios, favores.** ¡Entra y descubre que todo es más fácil ahora!

Fuente: Realizada por los autores.

6.1 Página web

La página web realizada para la aplicación Job Jobs, logra contener como primera opción contenido informativo, y, así mismo, un chat que redirecciona mayor interacción con el usuario lo cual es primordial para así generar mayor contacto y retención de usuarios.

Figura 5.
Muck Up de la página web de Job Jobs



Fuente: Realizada por los autores.

6.2 Menú de navegación

Se integra un menú de navegación el cual contiene ubicación, servicios, información acerca de la aplicación y contacto respecto a dudas o sugerencias.

Figura 6.
Muck Up Menú de navegación de la página web de Job Jobs

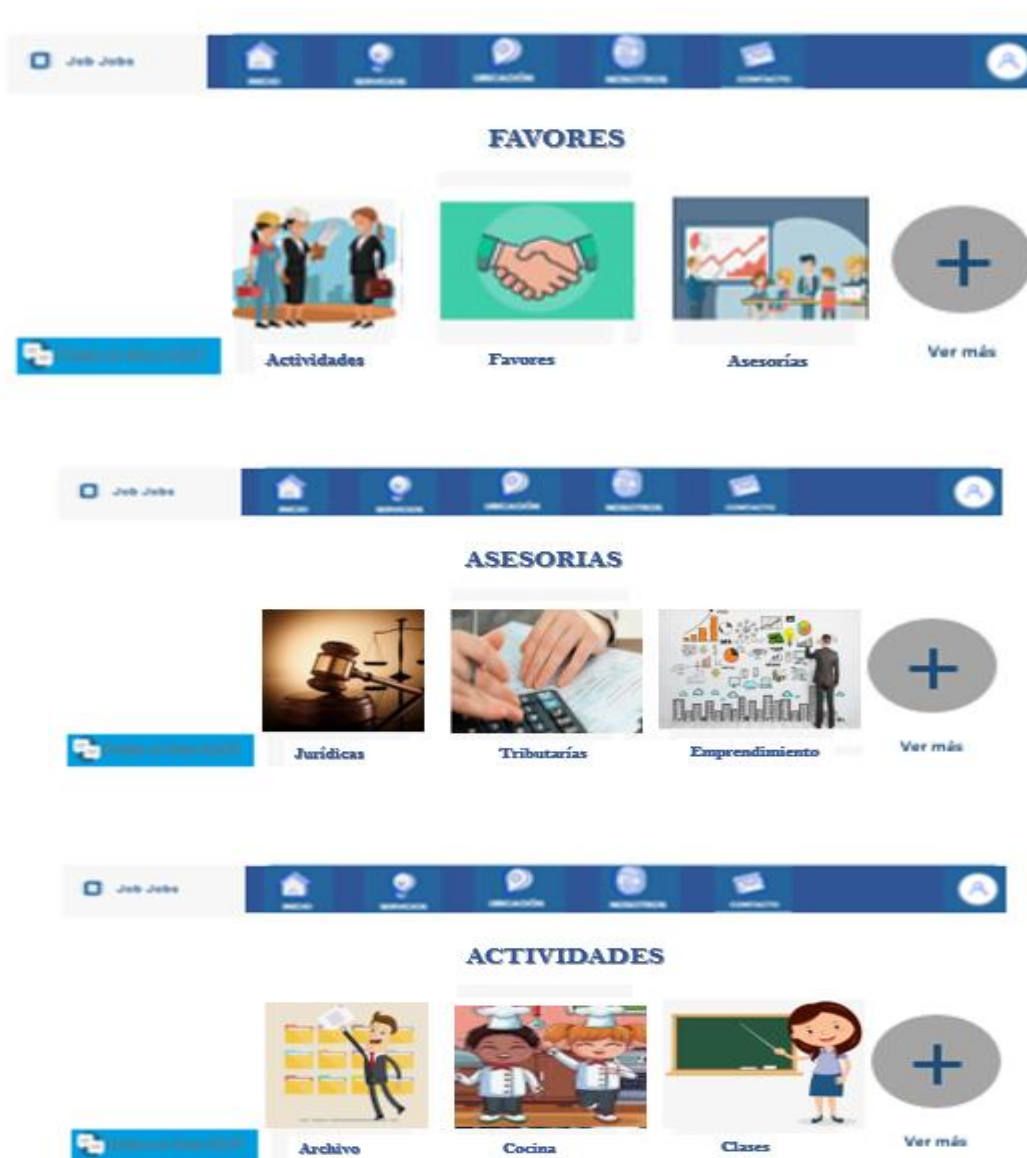


Fuente: Realizada por los autores.

6.3 Servicios

La página web contiene un ítem en el cual se puede ver cada uno de los servicios que contiene la aplicación de tal forma que, el usuario puede interactuar con cada uno de los mismos y tener mayor información con cada uno de los contenidos que tiene la aplicación.

Figura 7.
Muck Up de servicios en la página web de Job Jobs





Fuente: Realizada por los autores.

6.4 Aproximación

Por medio de la página web el usuario tiene la opción de descargar por medio de esta aplicación Job Jobs y así poder generar mayor interacción y así mismo disfrutar de cada uno de los servicios que esta ofrece.

Figura 8.
Muck Up medios de aproximación Job Jobs



Fuente: Realizada por los autores.

6.5 Newsletter

En este espacio se tiene como objetivo recopilar datos del usuario para que así el mismo logre obtener mayores beneficios, información respecto a descuentos y bonos alternativos que se vayan generando.

Figura 9.
Muck Up para recopilación de datos de usuario por la página web Job Jobs



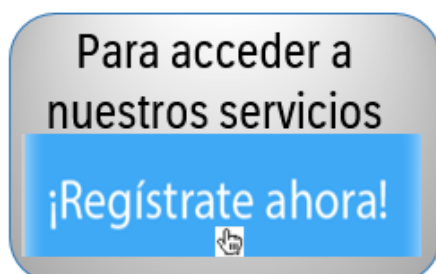
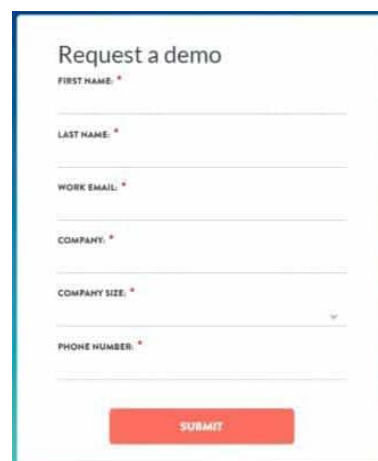
The screenshot shows the top navigation bar of the Job Jobs website with icons for INICIO, SERVICIOS, UBICACIÓN, NOSOTROS, and CONTACTO. Below the navigation bar, there is a form titled "Tu opinión es importante para nosotros" with fields for "Nombre*", "Email*", and a text area for "Que quieres decirnos...". To the right of the form, there is a "Siguenos!" section with icons for Facebook and Instagram. A "Enviar" button is located at the bottom right of the form. On the left side of the page, there is a blue button that says "¡Chata en línea AQUÍ!".

Fuente: Realizada por los autores.

6.6 Landing Page

Figura 10.
Muck Up Call to Action y formulario para Job Jobs

Call to Action

A form titled "Request a demo" with the following fields: "FIRST NAME: *", "LAST NAME: *", "WORK EMAIL: *", "COMPANY: *", "COMPANY SIZE: *", and "PHONE NUMBER: *". Each field has a corresponding input line. At the bottom of the form, there is a red "SUBMIT" button.

Fuente: Realizada por los autores.

7. PUBLICIDAD

Las dinámicas actuales del mundo requieren de una sociedad la cual esté conectada 24/7 a la red, utilizar la tecnología para acercarse más a potenciales clientes es vital, debido a que permite darse a conocer en distintos sectores de la sociedad. Se utilizarán los Códigos QR y correos electrónico con el fin de atraer a potenciales clientes para que conozcan los servicios ofrecidos.

7.1 Códigos QR

Los códigos QR son una serie de códigos de barras que pueden almacenar información como enlaces a sitios web URL. El objetivo de atracción con esta herramienta es ubicar estratégicamente en diferentes sitios donde se encuentra el buyer persona, con el fin de que al escanear el código QR, este los redireccione directamente a nuestra página web y al PlayStore de su dispositivo móvil para descargar la aplicación.

Figura 11.
Muck Up Código QR Job Jobs

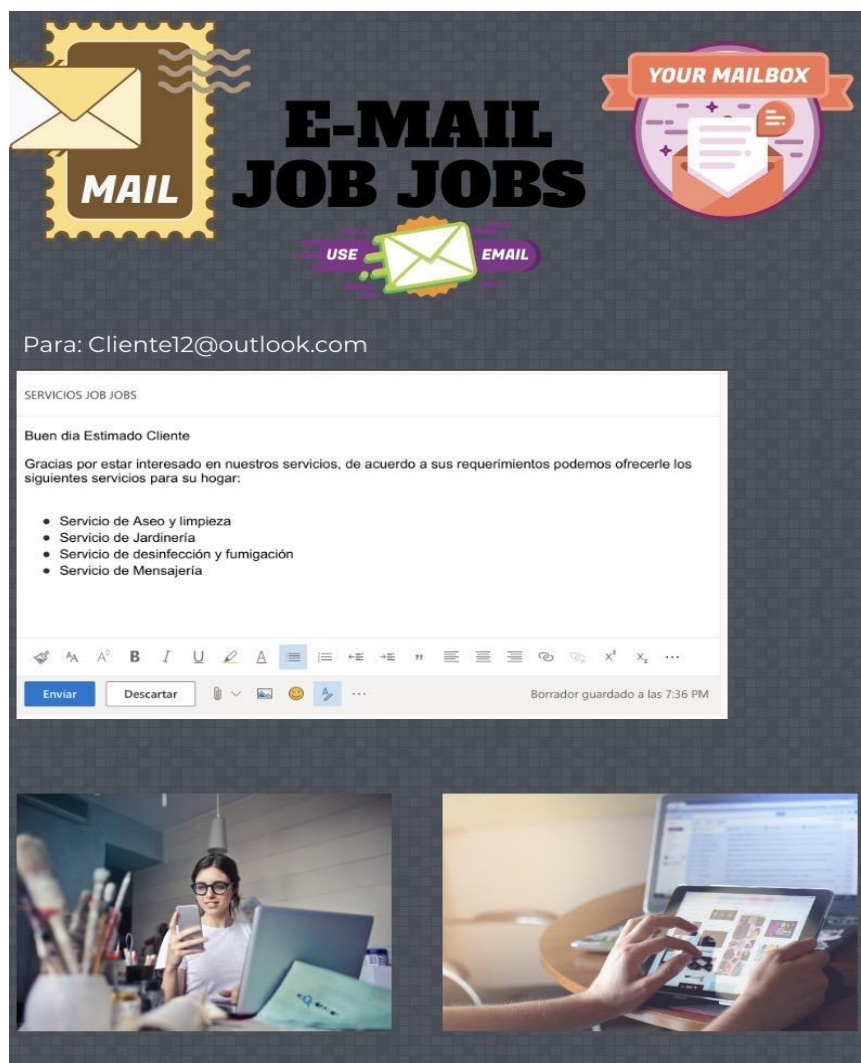


Fuente: Realizada por los autores.

7.2 E-MAIL

También mediante correos electrónicos se busca la captación de más clientes interesados en los servicios ofrecidos. Está dirigido hacia las personas que tienen necesidades de mensajería y las PYMES, debido a que generalmente no cuentan con un capital amplio para contratar profesionales y buscan asesorías para su crecimiento. Adicionalmente, con la captación de correos electrónicos se quiere lograr una fidelización en el cual se envía un formulario para conocer los servicios que necesita el cliente.

Figura 12.
Muck Up envió E-mail Job Jobs



Fuente: Realizada por los autores.

8. REDES SOCIALES

8.1 Facebook

Esta red social cuenta con más de 1200 millones de usuarios alrededor del mundo de los cuales 800 millones acceden a diario (Rampamarketing Digital , 2020) de estos, 20 millones de usuarios se encuentran registrados desde Colombia. El 49% de los usuarios de Facebook se encuentra entre los 25 y 44 años. Colombia se encuentra en la posición 14 de los países con el mayor potencial de publicidad en facebook. (JuanC Mejia, s.f.)

A través de Facebook se puede hacer segmentación de mercado según nuestro buyer persona en donde buscaremos que tengan entre 25 y 45 años, les interese temas como: emprendimiento, noticias, ocio buscando un alcance entre 3k y 4k.

Figura 13.
Muck Up Publicidad Facebook



Fuente: Realizada por los autores.

Figura 14.
Muck Up Publicidad Facebook



Fuente: Realizada por los autores.

8.2 Instagram

Esta red social es actualmente la de mayor crecimiento logrando duplicar su número de usuarios en tan solo dos años. Gracias a este crecimiento es importante implementarla dentro de la estrategia digital ya que logrará tener más cercanía casi que de inmediata con el lead. (JuanC Mejia, s.f.)

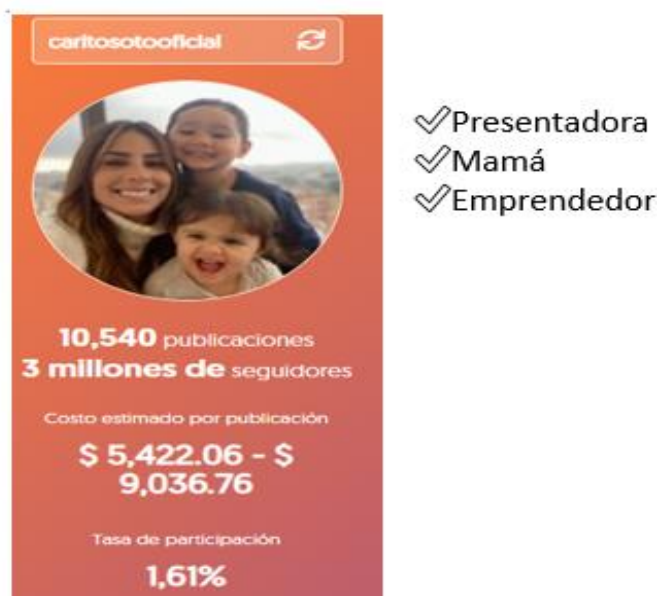
El 51,5 % de los usuarios de Instagram se encuentran entre los 25 y 44 años de edad tal como lo es el rango de edad de nuestro buyer persona, esta es una de las razones por las que se plantea utilizar esta herramienta para atraer nuevos clientes.

Dentro de los instagramers o influenciadores que se tendrán en cuenta están: Carolina Soto, Álvaro Rodríguez, David Luna y Camilo Augusto García más conocido como “El Camus”.

Carolina Soto

Carolina Soto, tiene 35 años por tanto cuenta con una de las características de nuestro buyer persona. Se tuvo en cuenta que es figura pública gracias a su trabajo en televisión nacional, por tanto es visible continuamente; adicionalmente, también es muy activa en redes sociales, es empresaria de calzado en la ciudad de Calí y continuamente recomienda productos o servicios que utiliza para ella y el cuidado de su familia.

Figura 15.
Presentación Influencer



Fuente: Realizada por los autores.

Álvaro Rodríguez

Álvaro Rodríguez, Cofundador de Ininside que es un ecosistema de empresas y personas enfocadas en resolver los problemas del emprendimiento y los negocios con nuevas tecnologías. Continuamente realiza Podcast de motivación empresarial y se encuentra actualmente cómo mentor en 'mi jefe es un niño' donde busca apoyar emprendimientos de niños brindándoles herramientas con las cuales puedan sacar adelante su proyecto tales sean: mentorías, apoyo económico, becas entre otras.

Figura 16.
Presentación Influencer



Fuente: Realizada por los autores

David Luna

David Luna es ex- ministro de TICS y siempre ha estado en la lucha de implementación de nuevas tecnologías en el país, por lo anterior en los últimos días asumió la presidencia del nuevo gremio Alianza In, la cual está integrada por distintas apps como Rappi, Domicilios.com, Didi, Uber, entre otras, con la que esperan crear un espacio de colaboración, donde se impulse la tecnología y los impactos positivos de la economía colaborativa en el país.

Figura 17.
Presentación Influencer

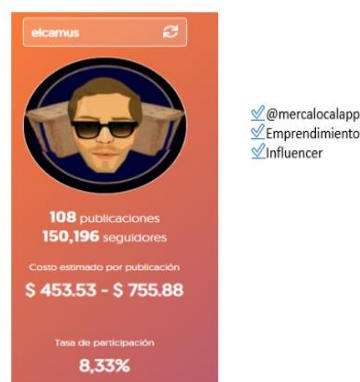


Fuente: Realizada por los autores.

Camilo Augusto García “El Camus”

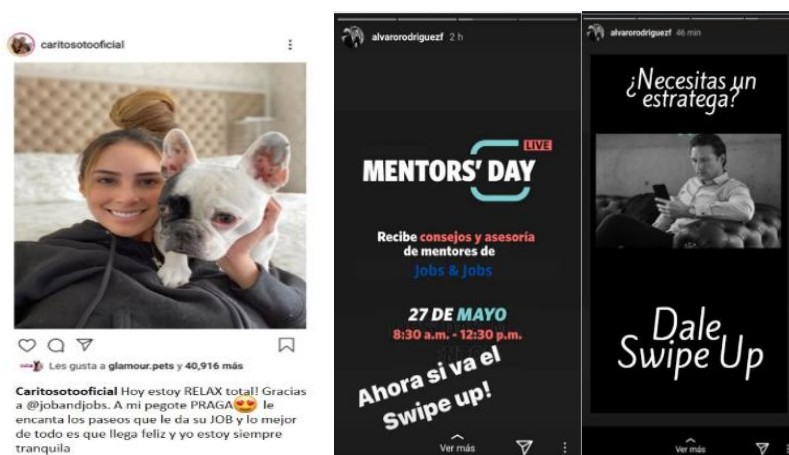
El camus, es un influencer de 25 años de edad, vive en la ciudad de Barranquilla, pero sus estudios universitarios en Negocios Internacionales fueron en la ciudad de Bogotá. Es un joven que le gusta apoyar el emprendimiento y aprovechando la coyuntura actual por Covid-19 creó la app *mercalocal* para apoyar a través a los vendedores informales del país. Le gusta el emprendimiento digital y trata de promocionar nuevos modelos de negocio que también logren tener un impacto no solo económico sino también social en Colombia.

Figura 18.
Presentación Influencer



Fuente: Realizada por los autores.

Figura 19.
Muck Up post en Instagram

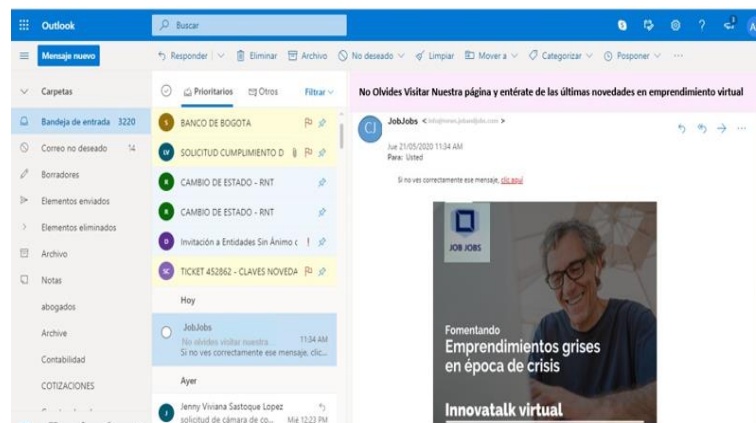


Fuente: Realizada por los autores.

8.3 Mailing

Mailing “...es la publicidad directa que envían las empresas a los contactos que tienen en su base de datos.. (Gestion Org, s.f.)” Esta base de datos se obtendrá por dos medios Códigos QR y Call to action. Por medio del Código QR que será entregado en ferias y lugares visibles redireccionará a un formulario de los cuales algunos de los datos a llenar son: Nombre y e-mail generando así una base de datos. Por medio del Call to action que se encontrará en la página Web de la aplicación, redireccionará a un formulario el cual deberá llenarse para poder acceder a los servicios brindados, de esta forma se obtendrá otra base de datos la cual incluso podrá arrojar cada vez que se solicite un servicio cual(es) es (son) la(s) preferencia(s) del usuario. Al unir la primera base de datos con la segunda podrá realizarse el mailing cómo remarketing creando fidelización de nuestros clientes y brindando, en algunos casos, un servicio extra como por ejemplo post de interés, noticias, y en algunos casos promociones.

Figura 20.
Muck Up Mailing



Fuente: Realizada por los autores.

9. CONCLUSIONES

- La estrategia digital logra generar un avance significativo para la evolución de las compañías integrando así el contenido apropiado para lograr transmitir el legado de la marca y así mismo mayor atracción y fidelización por parte de los clientes.
- Los contenidos digitales toman gran importancia para la integración del cliente con la aplicación y así mismo lograr captar su atención, interacción y uso de cada uno de los servicios de la aplicación.

10. BIBLIOGRAFÍA

- Archive.org. (s.f.). *Archive.org*. Obtenido de Archive.org:
<https://web.archive.org/web/20190718153342/http://deteresa.com/meta-descripcion/>
- Cyberclick. (s.f.). *Cyberclick*. Obtenido de Cyberclick: <https://www.cyberclick.es/sem>
- Entrepreneur . (s.f.). *Entrepreneur* . Obtenido de TICS:
<https://www.entrepreneur.com/article/308917>
- Forbes . (s.f.). *Forbes* . Obtenido de Forbes : <https://forbes.co/2020/04/07/tecnologia/covid-19-y-la-era-digital/>
- Foxize. (s.f.). *Foxize*. Obtenido de Email Marketing : <https://www.foxize.com/blog/que-es-el-email-marketing-y-para-que-sirve/>
- Gestion Org . (s.f.). *Gestion Org* . Obtenido de Mailing : <https://www.gestion.org/que-es-el-mailing/>
- Gestion Org. (s.f.). *Gestion Org*. Obtenido de Gestion Org: <https://www.gestion.org/que-es-el-mailing/>
- Iebschool . (s.f.). *Iebschool* . Obtenido de Inbound Marketing:
<https://www.iebschool.com/blog/que-es-una-newsletter-y-como-hacer-una-inbound-marketing/>
- Inboundcycle . (s.f.). *Inboundcycle* . Obtenido de Inbound Marketing :
<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-una-keyword-o-palabra-clave>
- Inboundcycle. (s.f.). *Inboundcycle*. Obtenido de Buyer Persona :
<https://www.inboundcycle.com/buyer-persona>
- JuanC Mejia. (s.f.). *JuanC Mejia*. Obtenido de JuanC Mejia:
<https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>
- JuanC Mejia. (s.f.). *JuanC Mejia*. Obtenido de JuanC Mejia:
<https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>
- La Republica. (s.f.). *La Republica*. Obtenido de La Republica:
<https://www.larepublica.co/empresas/alianza-in-la-asociacion-creada-por-aplicaciones-de-tecnologia-a-cargo-de-david-luna-3008278>
- Marketing Ecommerce. (s.f.). *Marketing Ecommerce*. Obtenido de Marketing Ecommerce:
<https://marketing4ecommerce.mx/andre-krummenauer-involves-cuando-se-tiene-la-vision-de-los-datos-en-tiempo-real-la-vision-estrategica-se-expande/>

- Rampamarketing Digital . (Enero de 2020). *Rampamarketing Digital* . Obtenido de Rampamarketing Digital : <https://rampamarketingdigital.com/facebook-tiene-mas-de-20-millones-de-usuarios-en-colombia/>
- Rankia . (s.f.). *Rankia* . Obtenido de Plataformas Digitales : <https://www.rankia.co/blog/analisis-colcap/4317884-que-son-plataformas-digitales-para-sirven>
- Rdstation . (s.f.). *Rdstation* . Obtenido de Marketing Digital : <https://www.rdstation.com/co/marketing-digital/>
- Rockcontent . (s.f.). *Rockcontent* . Obtenido de Similar Web : <https://rockcontent.com/es/blog/similarweb/>
- Samuparra. (s.f.). *Samuparra* . Obtenido de Call To Action : <https://samuparra.com/que-es-un-call-action-ejemplos/>
- SimilarWeb . (s.f.). *SimilarWeb* . Obtenido de SimilarWeb : <https://www.similarweb.com/website/airtasker.com>
- SimilarWeb. (s.f.). *SimilarWeb*. Obtenido de SimilarWeb: <https://www.similarweb.com/website/rappi.com>
- SimilarWeb. (s.f.). *SimilarWeb*. Obtenido de SimilarWeb: <https://www.similarweb.com/website/computrabajo.com>
- SimilarWeb. (s.f.). *SimilarWeb*. Obtenido de SimilarWeb: <https://www.similarweb.com/website/indeed.com>
- Teletrabajo . (s.f.). *Teletrabajo* . Obtenido de Teletrabajo : <https://teletrabajo.gov.co/622/w3-article-75151.html>
- unitag . (s.f.). *Unitag* . Obtenido de Qrcode : <https://www.unitag.io/es/qrcode/what-is-a-qrcode>

11. ANEXOS

Según la revista Marketing Ecommerce expone una entrevista al empresario André Krummenauer fundador de Involves la cual es una compañía de tecnología SaaS que ayuda a las industrias, agencias y distribuidores a incrementar su visibilidad y disponibilidad de sus productos en sus puntos de venta por medio de un software de trade marketing y retail execution, él expresa lo siguiente “Nosotros no trabajamos específicamente con eCommerce, pero actualmente el concepto de omnicanalidad es inminente por lo que es muy importante para las industrias que estandaricen las políticas tanto online como offline (Marketing Ecommerce, s.f.)”. Respecto a lo nombrado anteriormente cabe afirmar que, el marketing digital hoy en día ha logrado tomar gran relevancia para el desarrollo y evolución de las compañías de tal forma que, se logra ver una alta posibilidad de desarrollo para la aplicación Job Jobs en su evolución en la atracción y fidelización con cada uno de los usuarios.