



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

Pluen Goleauch

Programa avanzado para la formación empresarial / PADE

Catalina Junco Gómez

Úrsula Cristina Montes Christoffel

Brian Cárdenas Sandoval

Bogotá D.C, Colombia

2021



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

Pluen Goleauch

Programa avanzado para la formación empresarial / PADE

Catalina Junco Gómez

Ursula Cristina Montes Christoffel

Brian Cárdenas Sandoval

Viviana Carolina Romero Peralta

Escuela de Administración

Bogotá D.C, Colombia

2021-2

TABLA DE CONTENIDO

PRESENTACIÓN Y RESUMEN	7
Palabras Claves:	7
ABSTRACT	8
Key Words:	8
GLOSARIO	9
1. OBJETIVOS	10
1.1 Objetivo General	10
1.2 Objetivo Específico	10
2. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	11
2.1 Concepto del Producto	11
3. ANÁLISIS DIGITAL DE LA COMPETENCIA	12
4. DEFINICIÓN DEL BUYER PERSONA	13
5. LÍNEA DE CONTENIDOS PARA LA ESTRATEGIA DIGITAL	14
5.1 Objetivo de la estrategia de contenidos	14
5.2 Mix de la estrategia de contenidos	15
5.3 Estrategia de Contenido de Comunidad	16
5.4 Estrategia de contenido de Marketing	16
5.5 Estrategia de contenido Institucional	18
5.6 Estrategia de contenido de Interacción	18
6. POSICIONAMIENTO SEO	19
6.2 Selección de una keyword primaria y realización de un listado del contenido que se creará en torno a esas palabras claves.	20
6.3 Optimización del contenido en torno a la keyword primaria seleccionada	20
6.4 Página web	20
7. ANUNCIO DE PAGO SEM	21

8. PAGINA WEB

22

8.2 Menú de Navegación.....	26
8.3 Vitrina	26
8.4 Sección Quienes Somos.....	27
8.5 Sección Blog.....	27
8.6 Call to action.....	27
8.7 Chat Box	27
9. PUBLICIDAD Y ANUNCIOS EN INTERNET	28
9.1 Anuncios en Internet.....	28
10. REDES SOCIALES	30
10.1 Influencer	33
11. E-MAIL MARKETING	34
11.1 Plan de Referidos	35
12. PLAN DE COMERCIALIZACION POR MEDIO DE MARKET PLACE	36
13. CONCLUSIONES	37
14. REFERENCIAS	38

Tabla de ilustraciones

Ilustración 1 Ejemplo de producto.....	11
Ilustración 2. Definición del Buyer persona	13
Ilustración 3. Mix contenidos topicos.....	15
Ilustración 4. optimizacion Web - Seo.....	19
Ilustración 5. Anuncio de pago SEM.....	21
Ilustración 6. Página web – pestaña principal.....	22
Ilustración 7. Página web – Sección atributos.....	23
Ilustración 8. Pagina web – marketing	23
Ilustración 9. Pagina web – tienda virtual	24
Ilustración 10. Pagina web – Blog parte 1	24
Ilustración 11. Pagina web – Blog parte 2	25
Ilustración 12. Pagina web – Contacto.....	25
Ilustración 13. Pagina web – footer	26
Ilustración 14. Ejemplo de anuncios en internet – Parte 1	28
Ilustración 15. Anuncios en internet – Parte 2.....	29
Ilustración 16. Anuncios en internet – Mensajes de textos	29
Ilustración 17. Redes sociales – Pagina de Instagram	31
Ilustración 18. Redes sociales – Publicación en Instagram	32
Ilustración 19. Redes sociales – Publicación en Instagram	33
Ilustración 20. Ejemplo Email marketing	34

Ilustración 21. Ejemplo Plan de Referidos 35

RESUMEN

Este trabajo de grado fue desarrollado en base al programa avanzado para la dirección empresarial (PADE), por ende, el presente fue desarrollado netamente con fines académicos e institucionales para la Universidad del Rosario. Cabe mencionar que, la finalidad del mismo es la aplicación de los conocimientos adquiridos en la asignatura mencionada anteriormente, implementados específicamente para el proyecto “Pluen Goleauch”.

Por otra parte, es importante mencionar que para el desarrollo del presente se planteó un objetivo general y algunos específicos, en los cuales se pretende evidenciar el planteamiento y la ruta que seguir este trabajo. Además, se desarrollaron diferentes mecanismos de investigación e implementación de estrategias para validar temas específicos como competidores, buyer persona, estrategia digital acorde al proyecto, desarrollo de estrategia SEO, implementación de redes sociales y email marketing.

Palabras Claves:

Pluma, pluma digital y resaltador

ABSTRACT

This degree work was developed based on the advanced program for business management (PADE), therefore this was developed purely for academic and institutional purposes for the Universidad del Rosario. It is worth mentioning that the purpose of this work is the application of the knowledge acquired in the aforementioned course, implemented specifically for the "Pluen Goleauch" project.

On the other hand, it is important to mention that for the development of the present work, a general objective and some specific objectives were proposed, in which it is intended to demonstrate the approach and the route to be followed by this work. In addition, different mechanisms of research and implementation of strategies were developed to validate specific issues such as competitors, buyer persona, digital strategy according to the project, development of SEO strategy, implementation of social networks and email marketing.

Keywords:

Pen, Digital pen, highlighter and pen

GLOSARIO

Pluen Goleauch: pluma resaltador.

Pluma: Instrumento de metal, semejante a una para escribir, que sirve para el mismo efecto colocado en un mango de madera, hueso u otra materia.

Resaltador: marcador, pluma o esfero usado para señalar diversas partes de un texto.

1. OBJETIVOS

1.1 Objetivo General

Generar y desarrollar una estrategia de marketing digital enfocada en Pluen Goleauch, lo anterior con el propósito de generar atracción, acción, fidelización y recomendación.

1.2 Objetivo Específico

- Generar tráfico por medio de redes sociales, a través de piezas gráficas que generen expectativas en los potenciales clientes.
- Creación de contenido institucional sobre Pluen Goleauch, con la finalidad de generar interacción con nuestros clientes potenciales.
- Generar atracción de producto por medio de descuentos especiales y la exposición de los atributos de nuestra pluma digital.
- Implementar un objetivo de fidelización, con la finalidad de generar relaciones de largo plazo con los clientes.
- Promover una estrategia de recomendación, bajo la cual se desarrolle un mecanismo que permita la entrada de nuevos clientes.

2. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

2.1 Concepto del Producto

Pluen Goleauch es un resaltador digital, que no solo cumple tareas básicas como resaltar en hojas de papel. Debido a la integración de un software innovador que le permite sus usuarios desempeñar diferentes actividades tales como: Trasladar la información de un formato físico a digital, traducir documentos, generar documentos escritos sin la necesidad de redactar utilizando la herramienta de voz, utilizar la pluma digital como almacenador de información, actividades gráficas o de escritura en computadores, tabletas o Smartphone que posean un formato táctil y un software especializado que genera una opción de ayuda en redacción de textos con el cual se pretende unir la información previamente recopilada pero manteniendo un sentido lógico que disminuya el tiempo en elaboración de informes escritos.

A continuación, se pueden visualizar los dos modelos existentes de la marca:

Ilustración 1 Ejemplo de producto



Fuente: Elaboración propia.

3. ANÁLISIS DIGITAL DE LA COMPETENCIA

Actualmente, la competencia directa de Pluen Goleauch es reducida en territorio colombiano, teniendo en cuenta que, este producto es innovador en el mercado y su competencia directa se centra en los mercados internacionales.

Por otra parte, en el mercado nacional nuestra competencia directa se localiza en plataformas digitales como: Mercado libre y Amazon. Mediante las cuales los usuarios pueden conseguir productos con características similares, por medio de la importación de estos productos, aunque esto refiere un costo más elevado para los usuarios finales.

Podemos concluir que, en el mercado colombiano Pluen Goleauch no posee una competencia directa en canales de venta como grandes superficies o tiendas especializadas en artículos para fines académicos. Podríamos decir que Amazon y mercado libre son nuestros competidores más cercanos, a pesar de que los productos que ellos ofrecen no incluyen todos los atributos que posee nuestra pluma digital.

4. DEFINICIÓN DEL BUYER PERSONA

Ilustración 2. Definición del Buyer persona



Fuente: Elaboración propia.

El Buyer persona es representado en Camila Moreno, la cual es una persona que estudia y trabaja y tiene 25 años, Camila está realizando un postgrado, le encanta compartir con su familia, viajar y sobre todo tienen una afinidad por la lectura y las redes sociales, dado que dentro de su

casa se lee mucho y hoy en día la mayoría de las cosas son digitales, es una persona que le gusta viajar, pero se preocupa por sus estudios y tener estabilidad laboral. Las redes sociales favoritas son WhatsApp, Instagram y Ted, las cuales normalmente las usa para ver vídeos y fotos que sus amigos comparten y uno que otro blog de crecimiento laboral, estas publicaciones normalmente están asociadas a fotos con la Familia y a vídeos sobre sus intereses personales y laborales. Así mismo usa su teléfono celular para hablar con amigos, entre ellos y para el trabajo normalmente dedicando alrededor de dos a cuatro horas diarias. Por último, dado que los mayores intereses de Camila son la familia, viajes y la lectura, es importante que el producto tenga una buena relación precio-calidad y que sea útil tanto para su trabajo como para sus estudios.

5. LÍNEA DE CONTENIDOS PARA LA ESTRATEGIA DIGITAL

5.1 Objetivo de la estrategia de contenidos.

El objetivo principal de nuestra estrategia de contenidos digital es generar atracción de nuestros clientes potenciales con la finalidad de obtener un mayor tráfico en nuestras redes sociales, y así mismo generar fidelización y recordación de marca para mantener y expandir nuestro posicionamiento en el mercado.

5.2 Mix de la estrategia de contenidos

Ilustración 3. Mix contenidos topicos

CONTENIDOS TOPICOS
Estrategia contenidos topicos.

COMMUNITY

- Se desarrollara una pg web
- Se tendrá acceso a charlas y blogs virtuales de expertos en los productos
- Se tendrán testimonios de personas expertas sobre ámbitos ambientales para que conozcan las razones de como nuestro producto afecta positivamente al medio ambiente

MARKETING

- Desarrollar una estrategia de marketing digital enfocada en las redes sociales mas utilizadas por nuestros potenciales clientes.
- Portafolio de productos
- Crea experiencias personalizadas mediante herramientas que te ayudarán a captar datos a tiempo real y poder personalizar la navegación del usuario
- Regala productos o servicios en ocasiones especiales

INSTITUCIONAL

- Por medio de la entrega de nuestro producto buscamos ayudar al medio ambiente, menor producción de cuadernos, es decir menos deforestación en el planeta
- Innovadores para facilitar tu proceso de aprendizaje
- Certificado de beneficios del producto

INTERACCION

- Nos importas, por eso entregamos asesorías personalizadas para cada uno de los clientes
- Entregamos facilidades de obtención, es por eso que nos pueden contactar por nuestras redes sociales y pg web
- Estaremos en constante entrega de información de nuestros productos por medio de nuestras redes
- Nuestros clientes son importantes, es por eso que creamos productos custom desarrollados específicamente al gusto y necesidades del cliente

MÁS INFORMACIÓN EN [HTTPS://CRISSCH1810.WIXSITE.COM/MY-SITE](https://CRISSCH1810.WIXSITE.COM/MY-SITE)

Fuente: Elaboración propia

5.3 Estrategia de Contenido de Comunidad

Teniendo en cuenta todas las características de nuestro mercado y comunidad, nos basaremos en la creación de una página web en la cual nuestra comunidad podrá entrar para informarse sobre nosotros, nuestros productos y toda novedad sobre aquellos mismo, asimismo entregaremos la facilidad para que nuestros clientes puedan entrar a conferencias, blogs y charlas de profesionales sobre nuestro producto y de igual manera de profesionales en el ámbito social para que nuestros clientes estén enterados de cómo nuestra empresa está 100% comprometida en ayudar al medio ambiente, también de testimonios de clientes ya fidelizados que hagan uso de nuestros productos.

Teniendo en cuenta el tema de la contaminación global y deforestación de nuestros hábitats, con la ayuda de nuestro producto haremos un gran impacto en la reducción de la deforestación de árboles a nivel nacional e internacional, por medio de la búsqueda de la disminución de la creación de cuadernos físicos.

5.4 Estrategia de contenido de Marketing

Basados en las encuestas realizadas con anterioridad a nuestros clientes potenciales, percibimos que son grandes consumidores de redes sociales, debido a que están en constante interacción con ellas y entre sus preferidas se encuentran las siguientes: Instagram, Facebook y LinkedIn.

Teniendo en cuenta esta información, hemos decidido enfocarnos en realizar nuestra estrategia digital enfocada en las redes sociales, teniendo en cuenta que es un medio masivo de comunicación en el que podemos llegar a la gran mayoría de nuestro segmento de mercado si desarrollamos a cabalidad la estrategia.

Nuestra finalidad con esta estrategia de marketing es generar contenido para las redes sociales nombradas anteriormente, acorde a las necesidades de nuestro segmento de mercado, utilizando piezas gráficas llamativas que generan mayor atracción y tráfico en nuestras redes, además, dentro de nuestro contenido nos gustaría mostrar todos los atributos que posee nuestra pluma por medio de publicaciones, insta stories y demás funciones que poseen las redes en las cuales nos queremos enfocar.

Además, creemos que, si los usuarios entienden a cabalidad la funcionalidad de nuestro producto, mostrándolo de una forma interactiva, será más fácil que lleguen a la decisión de compra. Por ende, nuestra estrategia de marketing se enfocará en promover las redes sociales constantemente, con diferentes publicaciones y mediante la generación de relaciones estrechas con los clientes, las cuales podemos generar con ayuda de las herramientas de las redes sociales, como lo son comentarios, chat privados, respuestas a insta stories, etc.

Lo anterior con la finalidad de mostrar los atributos más relevantes de nuestra pluma digital, apoyándonos, además, de campañas publicitarias que conviertan el deseo de compra en una realidad.

5.5 Estrategia de contenido Institucional

Esta estrategia tiene como propósito mostrar la relación empresa- cliente y responsabilidad que tiene con el planeta, pues tiene como propósito ayudar a nuestros clientes además que cada producto sea para cada cliente ya que es personalizado y certificado. Es por esto que este producto es perfecto para el tipo de cliente que tenemos ya que reduciremos el tiempo de cada persona. la empresa por otra parte también brinda información sobre cómo se puede utilizar y tener una sociedad ya que este producto tendrá varias funciones para ayudar en las actividades diarias de nuestros clientes.

5.6 Estrategia de contenido de Interacción

Para la creación de una excelente integración con nuestros clientes, entregamos asesorías personalizadas a cada cliente que haga parte de nuestra familia con el fin de que se sientan apoyados y guiados con el uso de nuestro producto, así mismo para que obtengan nuestros productos, haremos entrega de facilidades de interacción como es la interacción por medio de las redes sociales como Instagram, twitter, Facebook, etc.

También estaremos en constante entrega de información de nuestros productos, actualizaciones, etc., por medio de nuestras redes sociales, página web, correos y nuestro canal de YouTube. Así mismo para crear una mejor interacción y sentimiento al cliente, realizamos la entrega de productos totalmente customs, en donde el cliente es el que decide al 100% como quiere las características de su producto, y lo mantendremos informado de todo el proceso de este mismo como también se le entregarán beneficios especiales.

Por último, es relevante mencionar que nuestra estrategia de interacción está fuertemente relacionada con la creación del Blog, mediante el cual se pretende interactuar con nuestros clientes de forma constante y mantener una comunicación constante y asertiva.

6. POSICIONAMIENTO SEO

Ilustración 4. optimizacion Web - Seo

6.1 Optimización Web - SEO

Optimización Web- SEO (Optimización de sitios web para motores de búsqueda) Diseña la estrategia para mejorar el SEO	
1. Realiza un listado de las keywords que las personas utilizan para encontrar tu servicio/productos.	Pluma resaltadora, pluma para escribir, pluma digital, pluma dibujo, pluma estilografica.
2. Selecciona una keyword primaria y realiza un listado del contenido que crearás en torno a esa palabra clave. (formatos y temas)	Pluma resaltadora digital
3. Optimizá el contenido en torno a un keyword primaria que seleccionaste	
a. URL:	www.pluengoleauch.com
b. Metadescripción:	Transformar tus ideas escritas en papel al mundo digital, con la pluma resaltadora digital.
c. Título de la página (pestaña de la página):	Pluen Goleauch
d. Título del contenido:	Resaltando tu pasión con un click
4. ¿Cómo promocionarás el contenido?. (Publicidad y comunidades en redes sociales, otros sitios, emailing...)	Comunidades en redes sociales
5. ¿Cómo conseguirás leads al contenido?. (Concursos, conexiones con sitios web autorizados y líderes de la industria)	A través de concursos o Youtubers

Fuente: Elaboración propia.

Para la elaboración del cuadro de posicionamiento SEO, se utilizó la herramienta de búsqueda Key Tool, por medio de la cual se obtuvo las palabras claves que activarán los motores de búsqueda y arrojaron como resultado nuestra página web, dentro de las opciones. Además, con la ayuda de la meta descripción se generó una relación más fuerte entre las palabras claves y la página web, con el objetivo de generar mayor visibilidad.

Listado de keywords que las personas utilizan para encontrar el producto.

Pluma resaltadora, pluma para escribir, pluma digital, pluma dibujo, pluma estilográfica.

6.2 Selección de una keyword primaria y realización de un listado del contenido que se creará en torno a esas palabras claves.

Pluma digital.

6.3 Optimización del contenido en torno a la keyword primaria seleccionada.

Pluma resaltadora digital.

6.4 Página web

- **URL:** www.pluengoleauch.com
- **Meta descripción:** Transformar tus ideas escritas en papel al mundo digital, con la pluma resaltadora digital.
- **Título de la página:** Pluen Goleauch - Resaltando tu pasión con un click.
- **Título del contenido:** Transforma tus ideas escritas en papel al mundo digital con nuestra pluma resaltadora digital.
- **Hipervínculo de keywords:** Pluma resaltadora digital - Pluen Goleauch

7. ANUNCIO DE PAGO SEM

Objetivo: Atracción de clientes potenciales.

Ilustración 5. Anuncio de pago SEM



Fuente: Elaboración propia.

El anuncio de pago SEM fue realizado utilizando algunas de las funciones de Google Adwords. El cual tiene como objetivo generar atracción en los clientes o posibles clientes. Lo anterior, mediante la ilustración de nuestra marca, enfocada en plumas digitales resaltadoras y con el cual se pretende invitarlos a visitar la página web e interactuar en la misma, todo lo anterior con la finalidad de generar una relación más estrecha con el cliente potencial y una intención de compra real.

Ilustración 9. Página web – tienda virtual



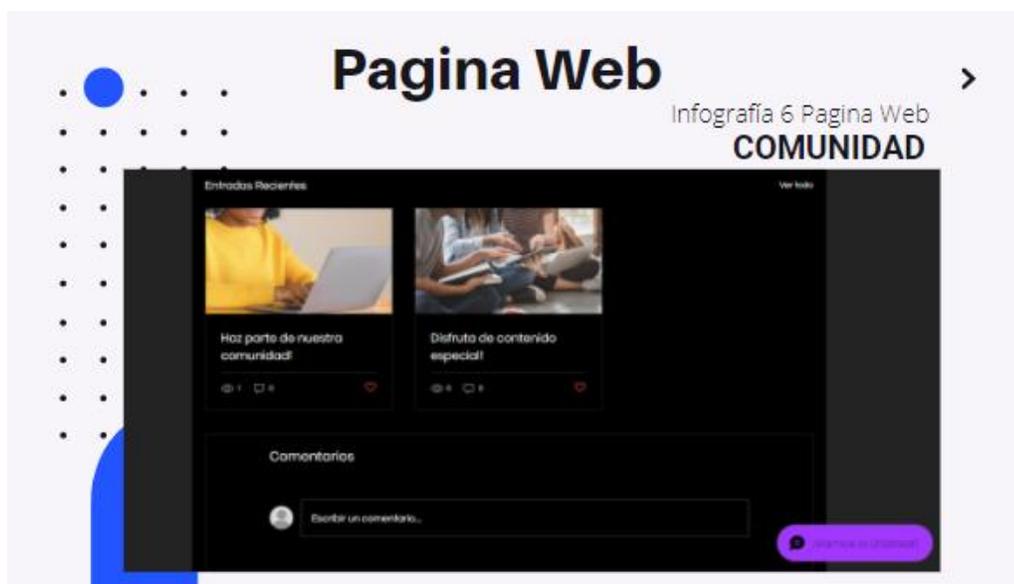
Fuente: Elaboración propia

Ilustración 10. Página web – Blog parte 1



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 11. Página web – Blog parte 2



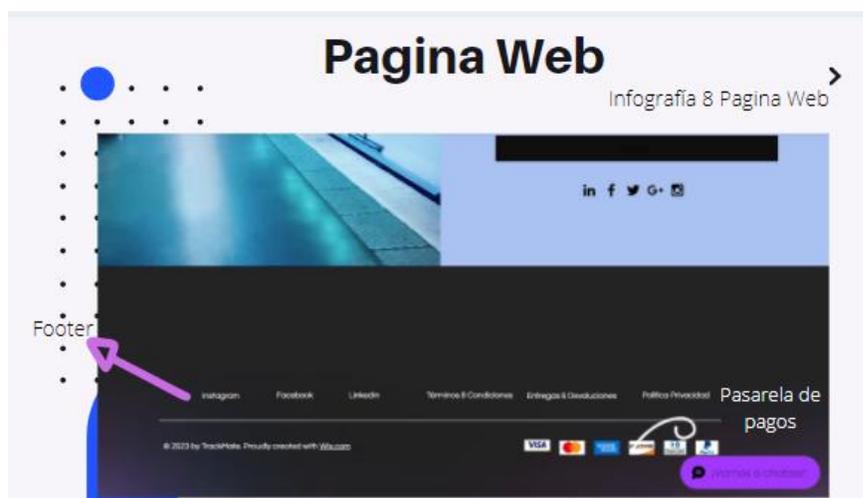
Fuente: Elaboración propia

Ilustración 12. Página web – Contacto



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 13. Página web – footer



Fuente: Elaboración propia

8.1 Eslogan

Fórmula breve y original, utilizada para publicidad, propaganda política, etc. (- Asale, s. f.) En el caso de Pluen Goleauch “Resaltando tu pasión con un click”. El cual se encuentra en la página principal de la página web.

8.2 Menú de Navegación

Cumple la función de facilitar la búsqueda para nuestros potenciales clientes, dentro de la página web. Lo cual les permite a los usuarios encontrar todos aquellos temas de interés que desee sobre la marca y los productos.

8.3 Vitrina

Mueble acristalado y con estantes para exponer y proteger objetos o productos. (- Asale, s. f.-b). En este caso particular, se encuentra en la página principal, en la cual se pretende familiarizar al usuario con el producto y la marca.

8.4 Sección Quienes Somos

En esta parte los usuarios podrán visualizar el motivo por el cual nace la marca y una forma concluyente en la cual se define que es Pluen Goleauch.

8.5 Sección Blog

Este fragmento de la página web evidencia la forma en la cual se genera comunidad, mediante la interacción directa con los usuarios. Es una forma directa de conocer más sobre los clientes o potenciales clientes, en el cual se publican además temas de interés común entre el público objetivo de la marca.

8.6 Call to action

Está presente de forma constante a través de toda la página web, debido a que los botones de compra están presentes constantemente, y los mismos, tienen la capacidad de redirigir a los usuarios a la tienda virtual.

8.7 Chat Box

Cumple la función de interactuar con el cliente de forma inmediata, respondiendo de forma efectiva cualquier duda o comentario que pueda surgir al estar navegando dentro de la página web. Lo anterior, con la finalidad de cerrar la compra y generar una comunicación asertiva con el cliente

9. PUBLICIDAD Y ANUNCIOS EN INTERNET

9.1 Anuncios en Internet

Por medio de la publicidad en anuncios en internet, buscamos que la comunidad conozca nuestra marca y conozca nuestros productos y todo sobre nosotros, es por eso que se estará en constante entrega de publicidad por medio de anuncios para llamar la atención de clientes potenciales.

Ilustración 14. Ejemplo de anuncios en internet – Parte 1



Pluma Resaltadora Digital

PLUEN
GOLEAUCH

ROMPE LA RUTINA CON PLUEN GOLEAUCH

Sabemos que estamos en constante aprendizaje y que los estudios y el trabajo a veces puede ser bastante agotador y consumir tus energías.
¿por que no cuidarte a ti mismo y de paso al medio ambiente?

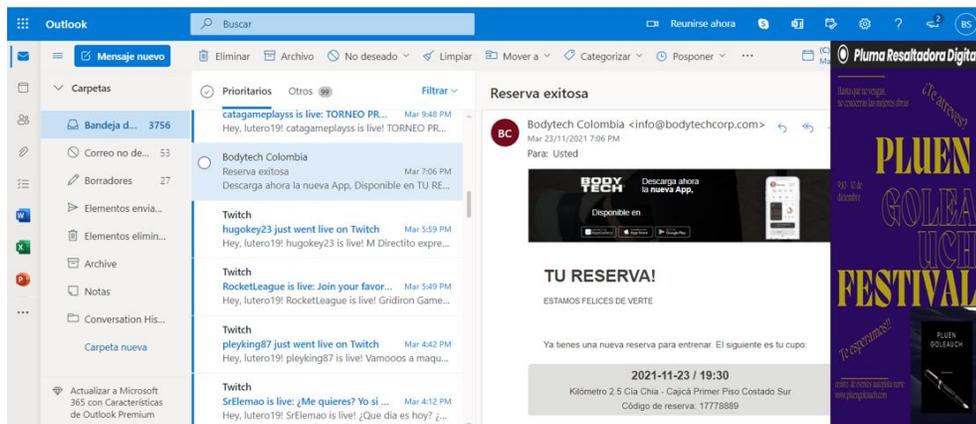
¿QUIERES SABER MAS DE NOSOTROS?

haz clicl aca

<https://www.pluengoleauch.com/>

Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 15. Anuncios en internet – Parte 2



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 16. Anuncios en internet – Mensajes de textos

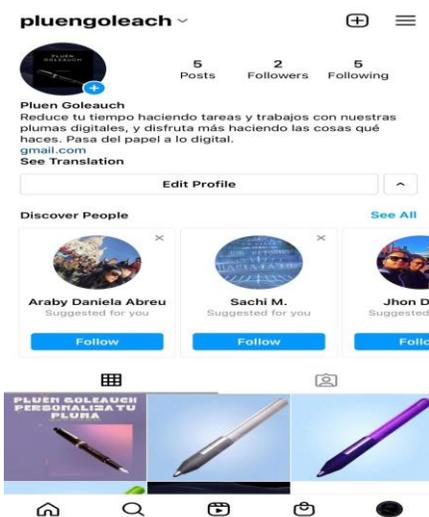


Fuente: Elaboración propia.

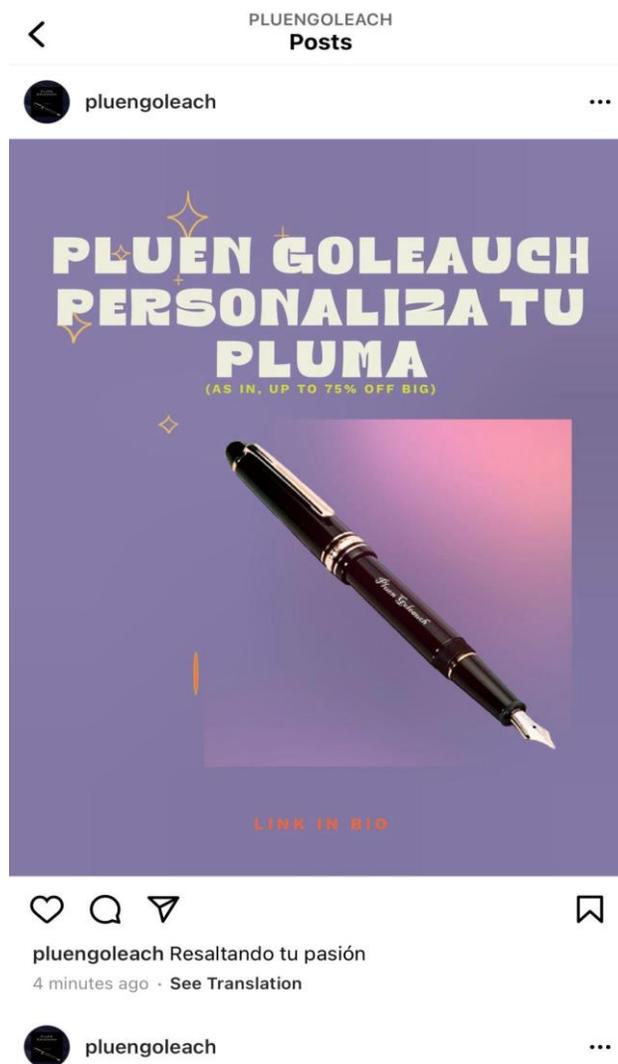
10. REDES SOCIALES

Conforme a nuestras redes sociales, tenemos como objetivo llevar a cabo la atracción de los clientes por nuestro producto inicialmente en Bogotá D.C y así mismo tener una interacción directa con ellos mismo ya que nuestra clientela está dirigida a la segmentación del buyer persona. Basándonos en la encuesta que fue dirigida a los estudiantes universitarios que a la vez laboraban, teniendo en cuenta edad, intereses y gustos.

Además, por medio de las redes sociales, principalmente en Instagram y Facebook estaremos entregando información de nuestros productos, videos de las características y del uso de estos mismos, precios, entre otras opciones más. Por otro lado, la interacción con los clientes también se realizará por medio de las redes sociales pues pueden contactarnos directamente desde Instagram y Facebook, donde serán atendidos por atención al cliente para ayudarlos con la obtención de nuestros productos y con la resolución de preguntas y/o incomodidades que tengan.

Ilustración 17. Redes sociales – Pagina de Instagram

Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 18. Redes sociales – Publicación en Instagram

Fuente: Elaboración propia.

10.1 Influencer

Ilustración 19. Redes sociales – Publicación en Instagram



Fuente: Elaboración propia

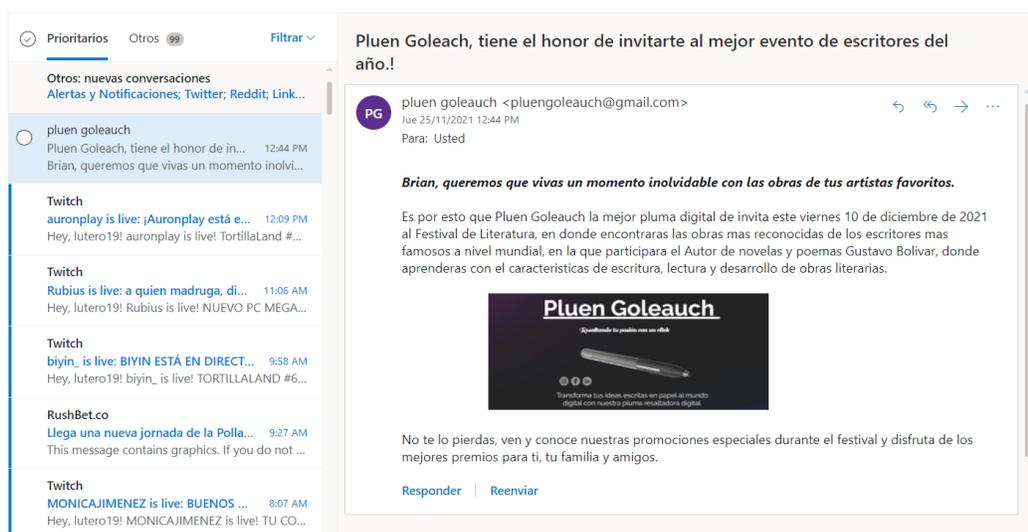
Los influencers nos ayudan a humanizar los valores de la marca y los transmite a sus seguidores dándole gran credibilidad que no es alcanzable por otros medios o que posiblemente ese cliente no tenga accesibilidad a otras redes sociales o no tenga interés de utilizarlas.

Por esta razón y según la encuesta que realizamos podemos ver que la mayor red social que utilizan nuestros clientes es Instagram y/o Facebook, teniendo en cuenta nuestro buyer persona y el influencer escogido con la intención de dar atracción a nuestro producto.

11. E-MAIL MARKETING

La campaña por medio de correo electrónico, pretende lograr una comunicación constante con nuestros clientes potenciales y actuales dándoles información sobre productos y promociones, para descuentos especiales o eventos que se realicen, de tal forma que se cree un vínculo con nuestros usuarios.

Ilustración 20. Ejemplo Email marketing



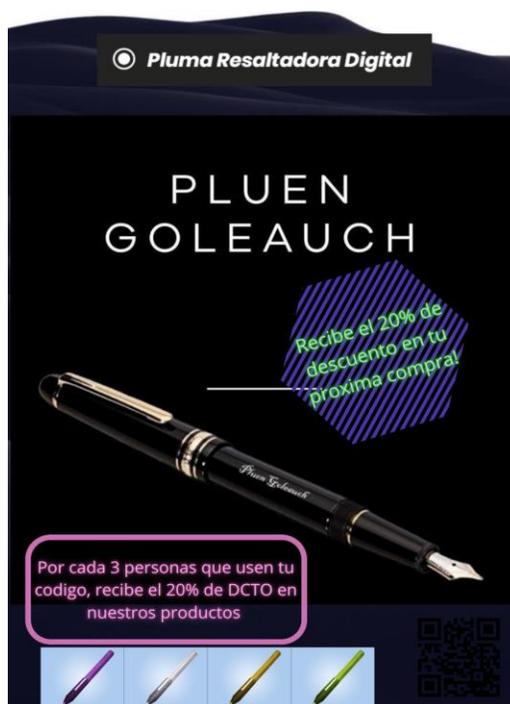
Fuente: Elaboración propia.

La campaña por medio de mensaje de texto, es lograr una comunicación constante con clientes nuevos que se hayan visto interesados en nuestros productos, con el fin de generar un mayor interacción con ellos y así mismo hacer que sientan que son importantes para nosotros, de igual manera buscamos facilitarle al cliente la búsqueda de nuestra página, es por ellos que por medio de los mensajes de texto estaremos en constante interacción con ellos con la constante entrega de información sobre nuestros productos, promociones, etc.

11.1 Plan de Referidos

La campaña por medio de referidos busca generar interacción con los clientes, así mismo generar interés o cautivar a nuestros clientes a la obtención de nuestros productos, y así poder aumentar nuestra comunidad cada vez más, esto se llevará a cabo por medio de promociones especiales, invitaciones a eventos, entrega de productos gratis, etc.

Ilustración 21. Ejemplo Plan de Referidos



Fuente: Elaboración propia.

12. PLAN DE COMERCIALIZACION POR MEDIO DE MARKET PLACE

Teniendo en cuenta la estrategia digital mostrada anteriormente, es evidente que se desea llevar a cabo la comercialización por medio de un market place. Dentro de la estrategia se plantea la creación de la página web, la cual contiene una tienda virtual, por medio de la cual se pretende generar ventas de forma directa y de forma online. Además, en la estrategia se plantea el desarrollo de redes sociales, especialmente Instagram y Facebook, las cuales poseen varias herramientas que permiten generar un market place con facilidad, generando en ambas plataformas espacios especiales de market place, el cual con seguridad es posible usar y administrar de forma eficiente.

13. CONCLUSIONES

- Podemos concluir que, la estrategia digital aplicada a Pluen Goleauch generara resultados óptimos, cumpliendo los objetivos planteados inicialmente, debido a que esta estrategia se enfoca en el segmento de mercado de la marca y resalta características específicas que buscan los potenciales clientes.
- Como conclusión, se puede entender que con la estrategia de publicidad la marca tendrá mayor alcance en clientes, el manejo de referidos, eventos especiales, información enviada al correo y mensajes de texto generará mayor interés y fidelización de los clientes con la marca.
- Por otra parte, se concluye que Pluen Goleauch se encuentra en un océano azul en el mercado colombiano, debido a sus atributos innovadores y eficientes.
- Además, se concluye que la marca no tendrá competencia directa en el mercado colombiano, teniendo en cuenta que algunas páginas pueden importar productos parecidos, pero no poseen las mismas características.

14. REFERENCIAS

- Asale, R. (s. f.). *eslogan* / *Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Recuperado 21 de noviembre de 2021, de <https://dle.rae.es/eslogan>
- Asale, R. (s. f.-b). *vitrina* / *Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Recuperado 20 de noviembre de 2021, de <https://dle.rae.es/vitrina?m=form>
- Atienza, S. (2022). *Micro Enterprise Marketing: How to Start, Promote and Grow Your Micro Business in the Digital Age*. Privilege Digital Media.
- Fernández, G. J. (2020). *Diccionario de Marketing Online y Transformación Digital: Escrito con un lenguaje sencillo y directo : Actualizado 2021* [Libro electrónico].
- Kuvaieva, T., Shynkarenko, N., & Pilova, K. (2021). *B2B Digital Marketing Communications Research During the Covid 19 Pandemic*. <https://doi.org/10.19192/wsfp.sj1.2021.1>