

ELABORACIÓN DEL PROYECTO

PROYECTO: zyos.com

Docente Tutor: Aluirson

Alumno: Arquímedes Medina

Contenido del informe final del proyecto:

Proyecto UNEWEB Diplomado de Mercadeo: <http://zyos.com>,

El proyecto a realizarse tiene como finalidad implementar los conocimientos adquiridos durante el diplomado de Mercadeo Viral en las distintas áreas de la web como son: Diseño, Web Master, Mercadeo y Wordpress. El proyecto se realizara en base a una empresa que quiere tener más presencia en la RED a través de los distintos medios presentes actualmente en el mercado.

Objetivo del Proyecto:

Breve descripción de los objetivos del proyecto

QUÉ se hizo. Naturaleza del proyecto

Realizar una página web y utilizar las distintas redes sociales que permitan dar a conocer la empresa a nivel nacional inicialmente posteriormente a nivel Internacional motivado a la gran cantidad de venezolanos que se encuentran en el exterior.

PARA QUÉ se hizo:

Objetivos y propósitos

La finalidad de realizar la página web, es con el propósito de desarrollar el proyecto personal, utilizando las distintas técnicas de mercadeo presentes en las redes sociales, blog, página web, medio online, redes sociales.

CUÁNTO se hizo. Metas

Desarrollar:

- Página Web
- Crear diseños e imágenes para promocionar los productos.
- Creación de un Blog
- Ventas por Internet,
- Realizar publicidad a través de las Redes Sociales (Facebook, Instagram, Tweteer, entre otros), Correo electrónico y Mensaje de texto,

Descripción, metodología utilizada y Antecedentes

Esta página Web será utilizada con la finalidad de promocionar y vender Chaquetas, Suéter, Chemis y otros artículos que requieran los estudiantes de los distintos niveles de educación para recordar los momentos especiales e importantes.

.

POR QUÉ se quiere hacer. Origen y fundamentación

Motivado a su experiencia en costura, decidió ponerla en práctica a través de este proyecto personal dirigido a estudiantes de las distintas unidades educativas de secundaria y Universitaria, mediante el mismo, podrá promocionar mi producto a nivel nacional y poder venderlos, con lo cual se podrá conseguir los ingresos necesarios para seguir creciendo como empresa.

DÓNDE se quiere hacer. Localización física, ubicación.

Mi proyecto será ejecutado en dos locales ubicados ambos en Maripérez, los cuales describo a continuación: Residencia Avila, piso 1 apto 11, ubicada en Maripérez cien metros después del metro colegio de ingenieros vía hacia av. Libertador, El otro inmueble está ubicado en la principal de maripérez en la cual se tienen las máquinas de costura y máquina para bordar,

CÓMO se va a hacer. Actividades y tareas. Metodología.

Definir la página web que se adapta al proyecto, posteriormente se realizara un estudio de mercado de los distintos Liceos y Universidades que se encuentran en el área metropolitana, lo que me permitirá decidir qué tipos de productos se podrán comercializar, principalmente se utilizaran las redes sociales para que el negocio se dé a conocer como una tienda virtual, primeramente procederemos a realizar la toma de imágenes y fotos de los productos que van a ser promocionadas, adicionalmente se realizara una base de datos con los clientes atendidos por las ventas realizadas y las que se obtengan a través de las redes sociales.

A QUIÉNES va dirigido. Destinatarios o beneficiarios

Este proyecto estará dirigido a hombre y mujeres de edad comprendida entre los 15 y 65 años motivados a que en algunos colegios la idea a sido tomada en consideración, los clientes pueden están a nivel nacional porque se pueden utilizar los distintos medios de transporte como son MRW. DOMESA entre otros. .

QUIÉNES lo van a hacer. Recursos humanos

El proyecto será realizado en la parte diseño, mercadeo y ventas por dos personas que somos las socias de la empresa y las costureras que son contratadas de acuerdo al volumen de producción.

CON QUÉ se va a hacer. Recursos materiales

Los materiales a ser utilizados son generalmente telas, cierre, botones, ligas algodón licras entre otros.

Se va a costear. Recursos financieros

Los recursos financieros son recursos propios y recursos de los clientes los cuales se piden un adelanto del 50% aproximadamente.

Alcance del Proyecto

Breve descripción del alcance del proyecto

QUE SE HIZO	Inicio de pagina web,	En proceso de creación y manejo de cuentas Instagram y Facebook.	Compra de materias primas		
QUE NO SE HIZO	Falta la carga de los productos, e inicio de las ventas a través de la pagina				
QUE SE ENTREGO: PRODUCTOS O SERVICIOS	Esta es la primera entrega del proyecto.	El proyecto	Redes Sociales: Facebook e Instagran		
COMO SE MIDIO RESULTADOS	La pagina esta en creación no se ha culminado	Las redes sociales se estan creando			
CUALES FUERON LAS ETAPAS DEL PROYECTO	Definición	Objetivos	Metodos	Alcance	Resultado y Conclusiones

Resultados

Se está desarrollando el proyecto con el conocimiento adquirido a través de las distintas materias vistas en el diplomado de mercadeo.

Conclusiones

En los últimos 10 años ha realizado avances importantes en la forma de comunicarse a través de las distintas herramientas tecnológicas y a su vez promocionar las marcas y los productos que pueden verse en el mundo en forma simultánea.

Las distintas redes sociales tienen una importancia enorme en el impulso de los negocios debido al internet que se pueden ver tanto en computadoras como en los teléfonos inteligentes que son uno de los productos de mayor crecimiento y del cual poseen gran parte de las personas a nivel mundial.

En la actualidad una de las formas más económicas de hacer publicidad es a través de las redes sociales, sin embargo se debe tener mucho cuidado a la hora de realizarse motivado a que debe tener una preparación importante para cuidar los detalles de estilo y calidad de las imágenes al igual de la redacción de los mensajes o slogan a realizarse.

La creación de la página web debe realizarse con mucho cuidado antes de colocarla a la vista del público, no puede haber improvisación todos los detalles deben cuidarse, la herramientas aprendidas en el curso de mercadeo son solo una entrada al mundo digital, debe mantenerse la preparación para mejorar en los detalles.

Con la herramientas aprendidas a través de las distintas materias se puede desarrollar varias estrategias de mercadeo, algunas de ellas son gratuitas y otras hay que comprar las herramientas que están en el mercado, adicionalmente hay empresas y personas especializadas en la elaboración de (campañas) propagandas o elaboración de publicidad con son google ads o facebook) en ellas tienes que pagar un monto para realizarlas, debes hacer un presupuesto de las misma y establecer cómo va a ser ejecutado el mismo.

Una vez desarrollado el proyecto y puesto en ejecución este nos permitirá obtener los siguientes resultados:

- Reconocimiento de la Marca
- Realizar publicidad de nuestro producto
- Ingresos con las ventas de los mismos,
- Mantener la creatividad para los nuevos diseños
- Publicidad a través de las distintas redes sociales
- Desarrollar campañas a través de las distintas redes sociales
- Utilizar herramientas de Mensajería de texto para las distintas campañas.

PASOS PARA REALIZAR UNA CAMPAÑA POR FACEBOOK

Reconocimiento de Marca

Llega a las personas con más probabilidades de prestar atención para aumentar el reconocimiento de marca.

Alcance

Muestra el anuncio a la mayor cantidad posible de personas

Trafico

Atrae a más personas a un destino dentro o fuera de Facebook.

Crear prueba A/B: Usa esta campaña para probar diferentes estrategias de conjuntos de anuncios

Interacción

Consigue que más personas vean tu publicación o página e interactúen con ellas. La interacción puede incluir comentarios, contenido compartido, Me gusta, respuestas a eventos y solicitudes de ofertas.

Instalaciones de la aplicación

Atrae personas a la tienda para que compren tu aplicación.

Reproducciones de video

Promociona videos que muestren imágenes inéditas, lanzamientos de productos o historias de clientes para impulsar el reconocimiento de tu marca.

Generación de clientes potenciales

Recopila información de clientes potenciales de personas interesadas en tu negocio.

Conversiones

Consigue que las personas realicen acciones valiosas en tu sitio web o aplicación (por ejemplo, agregar la información de pago o realizar una compra). Usa el píxel de Facebook o los eventos de la aplicación para realizar un seguimiento de las conversiones y medirlas.

Ventas del catálogo de productos

Crea anuncios que muestren automáticamente productos de tu catálogo según el público objetivo

Visitas en el negocio

Promociona varias ubicaciones del negocio entre personas que se encuentren cerca. Más información

De todos los antes mencionados vamos a trabajar con traffic

- **Lo primero que nos piden es:**

Nombre de la compañía

País de la cuenta

Moneda

Zona horaria

- **Definir la audiencia**

Destino de la página

App

Website

Massenger

- **Ofertar**

La audiencia no puede ser muy amplia como tampoco muy específica, debe estar enfocado al presupuesto que manejemos.

Crear audiencia

Enfocarse bien en las palabras claves a utilizar motivado a las pujas o subastas de las mismas en algunos casos es baja sin embargo en otros es muy alta

Localización

Edad

Genero

Lenguaje

Especificar conexiones persona que le guste la página, amigos.

Place ments: donde quiere que salga nuestros anuncios

Automáticos

Editar lugares: Se recomienda que se coloquen en Feed que es en la parte central de la página que tienen mejor visualización que los que se colocan en la columna de la parte derecha, que aunque son más baratos son menos vistos.

Instagram

Budget and Schedule: Cuanto me gustaría gastar y en que horario me gustaría que apareciera.

Es mejor los Budget diarios porque hay más control de los gastos

Los Lifetime budget son: Más precavidos, no lo gastan todo en algunos casos, más lentos para activarse.

Schedule: Es conveniente colocar cuando empieza y cuando termina o dejarlo diariamente, o limitarlo por día o semana.

Optimizaciones avanzadas: La puja si es automática o manual (cuanto se va a cobrar por click y no cuando se muestren).

Decidir si se va a realizar por click o por impresiones, las impresiones se cobran normalmente por cada mil.

Los artículos deben colocarse en un horario particular de lunes a viernes o fines de semana o toda la semana (normalmente se utiliza cuando manejamos Budget y campaña no diarias)

Tipo de entrega de los anuncios (Delivery tipe)

Standard: Durante todo el día de acuerdo al presupuesto

Acelerado: Todas las veces que pueda lo malo es que al medio día se puede acabar todo el presupuesto.

Ad set name: Nombre del anuncio su descripción (se puede probar dos o más artículos y ver cuál es el que tenga más vistas o se comporte mejor.

Ad: Formato del anuncio que se va a colocar, ya que tenemos varios entre los que podemos destacar, Carrousel, Single image, single video, slider how o canvas.

Cargar imágenes e identificarlas

Las imágenes tienen sus reglas en Facebook El 80% debe ser imágenes o gráficos y solo el 20% texto con la finalidad de llamar la atención del visitante de la página.

Hay una herramienta de Facebook que evalúa las imágenes para corroborar que cumple con los estándares, en ella indica si la imagen cumple o no y las posibles advertencias.

Adicionalmente debe cumplir con un tamaño adecuado, el más recomendado es 1200x628 pixeles

Se debe colocar el destino de la imagen URL website

Head line (Encabezado)

Texto: descripción de lo que hacemos

Hacer un llamado a la acción, se pueden cambiar los artículos

Se debe verificar la URL que no caiga en un 404 página de error

Display URL: para que pueda ser analizado por google analytic debe ser colocada en URL parameter es opcional, para certificar que estas visitas o click provienen de una campaña paga

Buscar en campaign URL builder, Go-dev-tool.appspot.com

Web site: nombre de la página

Campaign Source: Facebook Ad

Campaign médium: CPC

Campaign name: nombre de la campaña

Campaign term: términos de la campaña

Campaign content: contenido de la campaña

Colocar siempre la URL limpia simple: lo que se va a colocar en URL parameter, es la información que va después del signo de interrogación esta información es la que nos permite decir que llego por la campaña (Facebook pixel).

Por ultimo llegamos a Place order: que consiste en la forma de cómo se va a pagar por tarjeta de crédito o por medio de otro medio .

Allí podemos ver la campaña creada, se puede colocar en off hasta que estemos seguros de publicarla.

Realizar campaña por medio de correo electrónico a través del medio envialosimple.com

La forma de realizar esta campaña debe ser con información obtenida de forma orgánica no de forma fraudulenta,

Pasos a seguir para realizar una campaña a través de correo electrónico es la siguiente:

1. Crear una lista en el programa Excel
2. Guardar el archivo que tenga terminación .CSV para poder importarlos
3. Importar los contactos
4. Seleccionar la lista de contactos
5. Importar lista de contactos desde archivos .CSV
6. Se pueden agregar nuevos contactos, escribiendo en el formulario indicado por el programa
7. Posteriormente se le indica al programa que desea realizar una campaña, una vez indicado esto se solicita la siguiente información:
8. Nombre de la compañía
9. Asunto de la campaña
10. Remitente de la campaña (se recomienda un nombre de empresa que se vea lo más formal posible, no utilizar nombre o apodos porque pierde seriedad)
11. Responder a:
12. Lista de destinatarios
13. Crear la plantilla o utilizar una nuestra la que mejor se vea
14. Crear el logo y colocarlo en la plantilla
15. Crear los títulos de la plantilla y su contenido
16. Se buscan los formatos de fotos sugeridos y las fotos adecuadas
17. Se carga a la plantilla
18. Se realiza la programación del envío es decir la hora y el día a la que va hacer enviada.
19. Por último se envía la campaña

DIAGRAMA DE GANTT (PASOS A SEGUIR PARA REALIZAR UNA CAMPAÑA EN FACEBOOK)														
Craer la Campaña														
Objetivo de la campaña														
Identificar la campaña														
Definir la audiencia														
Ofertar														
Crear la audiencia														
Lugar donde va a realizar la campaña														
Editar los lugares														
Presupuesto e Itinerario														
Tipo de presupuesto														
Itinerario														
Optimizaciones avanzadas														
Standart														
Acelerado														
Nombre del anuncio														
Tipo de anuncio														
Cargar las imágenes														
Encabezado														
Texto del anuncio														
Pago de la campaña														
SEMANAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14

DIAGRAMA DE GANTT (PASOS A SEGUIR PARA REALIZAR UNA CAMPAÑA POR MEDIO DE CORREO ELECTRÓNICO)														
Crear una lista en el programa Excel														
Guardar el archivo que tenga terminación .CSV para poder importarlos														
Importar los contactos														
Seleccionar la lista de contactos														
Importar lista de contactos desde archivos .CSV														
Se pueden agregar nuevos contactos, escribiendo en el formulario														
Nombre de la compañía														
Asunto de la campaña														
Remitente de la campaña (se recomienda un nombre de empresa que se														
Responder a:														
Lista de destinatarios														
Crear la plantilla o utilizar una nuestra la que mejor se vea														
Crear el logo y colocarlo en la plantilla														
Crear los títulos de la plantilla y su contenido														
Se buscan los formatos de fotos sugeridos y las fotos adecuadas														
Se carga a la plantilla														
Se realiza la programación del envío es decir la hora y el día a la que va														
Por último se envía la campaña														
SEMANAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14

RECOMENDACIÓN DE PUBLICIDAD A TRAVES DE LAS REDES SOCIALES			
IDENTIFICACION	FRECUENCIA	TIEMPO	CONTENIDO
FACEBOOK	3	6 HORAS	CALIDAD DEL CONTENIDO, INTERESANTE, AGRADABLE
TWEETER	40	15 A 20 MINUTOS	CONTENIDO DE CALIDAD, TENDENCIAS Y CONCRETO
INSTAGRAN	DE 4 A 8	4 HORAS	FOTOS DE CALIDAD