

Caracas, 31 de enero de 2018.

Elaboración del proyecto: Krearte Web

(Agencia de diseño digital)

<http://krearteweb.260mb.net>



Tutor: Aluirson Añez

Alumna: Karina Goyo

Contenido del informe final del proyecto.

Proyecto *UNEWEB*, diplomado de mercadeo: Krearte Web.

El proyecto *Krearte Web*, elaborado para el instituto de comunicaciones web (*UNEWEB*), tiene como propósito llevar a la práctica la integración de los conocimientos adquiridos durante el período que duró el diplomado de mercadeo viral. En el mismo se busca desarrollar las diversas áreas contenidas en éste como son: diseño digital, desarrollo de web master, manejo de redes sociales, wordpress, planes y estrategias de marketing online.

En el proyecto se llevará a cabo la elaboración de una agencia de diseño digital web, la cual busca posicionarse dentro del mercado online a través del reconocimiento de la marca con la realización de un website y el posicionamiento en las redes sociales por medio de publicidad, juegos y concursos.

Objetivos del proyecto.

Puntualizar los objetivos del proyecto Krearte Web.

Qué se hizo. Naturaleza del proyecto.

En el proyecto Krearte Web se llevó a cabo la elaboración de un website que permita el reconocimiento de la empresa por los internautas. Además, se elaboró una campaña de posicionamiento de la marca a través de las redes sociales Instagram, Facebook y Twitter, las cuales dan a conocer la compañía a nivel nacional e internacional. Asimismo se diseñó la tarjeta de presentación, se creó el logo de la entidad, el favicon, la portada y el contenido de las redes sociales.

Para qué se hizo:

Objetivos y propósitos.

El propósito de elaborar una página web es lograr el desarrollo e impulso de un proyecto propio, haciendo uso de las diversas estrategias de planificación y marketing para la elaboración de las campañas en las redes sociales, el blog y la página web, mediante contenidos de interés.

Cuánto se hizo. Metas.

Desarrollar:

- Elaboración de la página web con contenido de valor.
- Realizar los diseños y representaciones pictóricas para promocionar los productos y servicios ofrecidos.
- Creación de un blog con temática referente a la misión, visión y objetivos del website.
- Ventas del producto y servicios por internet.
- Elaborar la publicidad a ser difundida a través de las redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter), correo electrónico y mensaje de texto.
- La creación de la tarjeta de presentación de Krearte Web.
- Diseño de logo, favicon e imagen de portada y de publicidad para las redes sociales. Además, se llevó a cabo juegos y concursos en las redes sociales.
- Se creó un canal en Youtube:
<https://www.youtube.com/channel/UCOuBQbtK7FB8FBn4c1HjrYQ>

Las metas que se desean alcanzar a largo plazo son:

- La creación de campañas pagas por redes sociales que permitan un mayor alcance de la marca.
- Hacer que los medios masivos y las redes sociales publiquen notas y noticias de la marca.
- Prever las necesidades de los clientes, analizando las peticiones que realicen.
- Promover el regreso de los clientes, gracias a la calidad del servicio y la grata experiencia.
- Establecer un nexo de confianza y compromiso entre marca y los usuarios (fans).
- Instruir a los usuarios con información alusiva a la marca, por medio de infografías, tutoriales, imágenes y vídeos.
- Crear lealtad entre la marca y los usuarios.
- Desarrollar contenido que genere que los seguidores se conviertan en potenciales clientes.

Descripción, metodología utilizada y antecedentes.

La elaboración de la página web multiresponsi tiene como finalidad promocionar y brindar los servicios de una agencia de diseño digital web, dedicada al desarrollo de servicios de diseño de páginas web, marketing viral, asesoramiento en el social media y posicionamiento (SEO) de una marca o compañía dentro del mercado empresarial. Con la finalidad de brindar un servicio de calidad, que se adapte a las necesidades de cada cliente de manera honesta y responsable. Además, se llevó a cabo el manejo de las redes sociales que se elaboraron con el objetivo de promocionar todos los bienes y servicios que brinda la corporación por medio de concursos, promociones y juegos de mercadeo; así como también el desarrollo de noticias en el área de tecnología.

Para la creación de la página web multiresponsi se desarrolló una planificación previa en la que se establecieron los objetivos, el contenido que se implementaría en el sitio y el diseño del portal adaptativo para ser visto desde cualquier dispositivo. Asimismo fue indispensable disponer de un hosting para alojarlo, el cual permitiera subir la página al servidor.

En cuanto a la edición se dispuso del Muffin Builder para editar las páginas en HTML. Con relación a la creación de contenido se recopiló información acorde a la temática a trabajar, también se reunió y se creó los diversos elementos multimedia y gráficos alusivos a estos.

Luego de implementar lo antes mencionado, se efectuaron diversas revisiones de los enlaces internos y externos de la página, la accesibilidad y la navegación dentro de la misma antes de validar la subida del portal a la web. Realizada la revisión pertinente, se procedió a publicarla enviando los archivos con todos sus complementos y plugings al servidor 26mb.net. Una vez hecha la página, se procedió a promocionarla a través de las diferentes redes sociales.

Para la creación del proyecto en general se efectuó un estudio de mercado, en el que se tomó como referencia diversos portales web de (publicidad, marketing y diseño digital), tales como:

<http://www.tuwebcaracas.com/>

<https://digitalgeckocaracas.io/pasos-para-una-campana-de-publicidad/>

<http://www.neuroclick.cl/>

Dichos portales sirvieron de referente e inspiración para la creación del proyecto, gracias a las bondades que brinda cada uno de ellos y a la fluidez que tienes dentro del mercado web empresarial.

En cuanto a la metodología usada para la creación del website, se dispuso lo siguiente:

- Tener los objetivos claros y precisos para el desarrollo del proyecto y de la página (enfocar las ideas), evaluar la rentabilidad y viabilidad del mismo.
- Crear un boceto en lápiz y papel.
- Delimitar y especificar la estructura del sitio.
- Desarrollar un diseño gráfico que se identificara con el proyecto.
- Crear contenido apropiado, de calidad y tendencia.
- Desarrollar el prototipo.
- Editar el portal con todo el contenido gráfico y multimedia, de acuerdo a las dimensiones del diseño web.
- Especificar la estrategia en cuanto al nombre, registro y hospedaje del dominio.
- Publicar la web.
- Posicionar el sitio.
- Proponer las estrategias más eficaces para optimizar la promoción de sus productos y servicios en la web.

Porque se quiere hacer. Origen y fundamentación.

El motivo e inspiración para llevar a cabo el proyecto es la experiencia en el área audiovisual y de comunicación social; tales conocimientos se fusionaron conjuntamente con los adquiridos en el diplomado para ponerlos en práctica por medio de este proyecto que promueve el diseño digital, la estrategia de marketing en las redes sociales y la elaboración de páginas web; ya que al

realizar el análisis de mercado de nuestra competencia pudimos visualizar que dichas agencias no integran todos estos servicios.

Es decir, tratamos de presentar un servicio más integral, y damos a conocer los bienes y servicios a través de la red.

Dónde se quiere hacer. Localización física, ubicación.

La empresa está ubicada en avenida principal de las Mercedes, diagonal al Centro Comercial Tolón Fashion Mall, Local comercial 538, piso 3, oficina 06. Caracas 1060, Distrito Capital.

El proyecto cuenta con el material necesario para la comercialización del mismo, el cual ha sido publicado progresivamente tanto en las redes sociales, la página web, el blog y el video comercial del canal YouTube.

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

Definir el diseño y el contenido que va a tener la página web adaptada a las necesidades del proyecto, conjuntamente con la integración del blog. Luego se efectuara un estudio de mercado de las diferentes agencias de diseño digital web, lo que permitirá disponer qué tipos de bienes y servicios se podrán mercantilizar, primordialmente se manejaran las redes sociales como medio para dar a conocer el negocio de manera virtual. Inicialmente procederemos a efectuar la captura de imágenes y fotos, así como buscar imágenes de libre uso que sean alusivas a los servicios que van a ser promocionados. Adicionalmente se creará una base de datos con los potenciales clientes y aquellos que han sido atendidos por nosotros.

¿A quiénes va dirigido? Destinatarios o beneficiarios.

Este proyecto será dirigido a hombres y mujeres de edad comprendida entre los 25 a 70 años, así como a las marcas o empresas que deseen posicionarse y crecer dentro del mercado digital web.

¿Quiénes lo van a hacer? Recursos humanos.

Inicialmente el proyecto será realizado por la persona quién presenta el proyecto desde la parte del brainstorming (lluvia de ideas) hasta la creación de portal, el diseño del contenido multimedia, el mercadeo y las ventas.

¿Con qué se va a hacer? Recursos materiales.

La materia prima a ser monopolizada son los bienes y servicios que ofrecemos.

¿Se va a costear? Recursos financieros.

En cuanto a los recursos financieros, es capital propio y de la clientela que paga un 65% por adelantado, y una vez concretado la realización del proyecto pagará el monto restante.

Alcance del Proyecto.

Breve descripción del alcance del proyecto:

¿Qué se hizo?

Creación de la página web.

Elaboración del blog para el website, tarjeta de presentación, logo, favicon e imagen de portada y de algunas publicidades. Además de juegos y concursos para las redes sociales.

Creación y administración de las cuentas de Instagram, Twitter y Facebook.

Se creó un canal en Youtube en el cual se publicó un video comercial realizado para promover la empresa.

Venta de los servicios que brinda la empresa.

¿Qué no se hizo?

Campañas en buscadores por falta de ingresos en moneda extranjera.

¿Qué se entregó: productos o servicios?

La entrega del proyecto, los resultados y las ventas del servicio o producto.

El proyecto.

Página Web.

Diseño de tarjeta de presentación, logos, favicon y publicidades.

Redes Sociales: Instagram, Facebook y Twitter.

Realización del blog con contenido multimedia alusivo y de tendencia.

Canal de YouTube con un video comercial.

¿Cómo se midió los resultados (Métricas)?

Las métricas se obtuvieron a través de las visitas al blog y al portafolio. Así como de las impresiones de los usuarios, las visitas, likes, comentarios e interacciones, y la cantidad seguidores de las redes sociales (se comenzó a publicar el 10/01/18 y se obtuvieron 30 seguidores entre las tres redes sociales durante la primera semana del mes).

¿Cuáles fueron las etapas del proyecto?

Maquetación, diseño y creación del website.

Definición de la terminología y las estrategias a llevar a cabo.

Determinar los objetivos, métodos y nivel de alcance.

Diseño de logos, tarjeta de presentación, favicon y publicidades.

Desarrollo del contenido multimedia de las redes sociales.

Resultado y consideraciones finales.

Cronograma de actividades.

DIAGRAMA DE GANTT (PASOS A SEGUIR PARA REALIZAR EL PROYECTO)												
Definición del proyecto												
Definición de los objetivos												
Definición de las redes sociales a usar												
Creación del contenido audiovisual												
Cronograma de publicación												
Maquetación de la página web												
Elaboración del website y el blog												
Crear el objetivo de la campaña												
Identificar la campaña												
Definir la audiencia												
Ofertar a través de Instagram, Facebook y Twitter												
Atraer potenciales clientes												
Presupuesto e Itinerario												
Tipo de presupuesto												
Itinerario de publicación, de patrocinio y ejecución laboral												
Semanas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Publicaciones		
Redes sociales	Cantidad	Contenido
Instagram	7 publicaciones semanales.	Fotos de alta resolución.
Facebook	7 publicaciones semanales.	Contenido multimedia.
Twitter	7 publicaciones semanales.	Contenido de tenencia.

Resultados.

Se elaboró el proyecto con la integración de los conocimientos adquiridos en las distintas materias estudiadas en el diplomado de mercadeo. Durante la primera semana del mes se obtuvieron 30 seguidores entre las tres redes sociales, por lo que podemos establecer como positivo para el reconocimiento de la empresa.

Conclusiones.

Durante la última década la tecnología ha dado pasos agigantados los cuales han permitido la interconexión con las personas de forma bilateral. Además, ha cambiado la forma de mercadear las marcas y los servicios a nivel mundial, ya que los productos pueden ser impartidos de un país a otro de manera segura y eficaz.

El desarrollo de las diversas redes sociales permite que el alcance del producto sea casi inmediato, ya que el usuario puede verlo por medio de los diversos dispositivos gracias al sistema responsi de las plataformas web. De igual manera promueve el impulso en el área comercial a nivel mundial.

La nueva forma de hacer publicidad es por medio de internet y las diferentes redes sociales. No obstante, se debe tener mucho cuidado a la hora de realizarse, ya que un error en el contenido puede restar credibilidad en lo que se patrocina. La creación de la página web debe realizarse con mucho cuidado antes de colocarla a la vista del público y no puede haber improvisación ya que todos los detalles deben cuidarse. Las herramientas aprendidas en el curso de mercadeo son solo una entrada al mundo digital, por esto se debe mantener la preparación para mejorar cada día en los detalles y avances tecnológicos.

Con los conocimientos adquiridos de los diferentes cursos del diplomado se pueden elaborar distintas formas de mercadear. Además, dan la destreza necesaria para crear las campañas web, las estrategias comerciales, determinar las mejores horas para publicar y con ello generar el incremento del público (target). Para llevar una campaña eficaz se debe tener en consideración un lenguaje respetuoso y contenido multimedia didáctico e innovador.

Una vez que el proyecto sea puesto en práctica, esperamos conseguir los siguientes resultados:

Reconocimiento de la empresa dentro del mercado web.

Efectuar radiodifusión de nuestro servicio.

Generar entradas con las ventas realizadas.

Conservar la creatividad e innovación en la creación para los nuevos diseños publicitarios.

Comercialización por medio de las distintas redes sociales a través de campañas publicitarias.

Utilizar herramientas de mensajería tanto de correo, como de textos para promover las múltiples campañas.

Campaña en Instagram, Facebook y Twitter.

Para crear las diferentes campañas se debe primero generar el nombre de la misma, luego se debe establecer el lugar donde reside o donde se apertura la cuenta. Igualmente se indica el sistema económico con el que se monetizará en el mercado y se determina la zona horaria para segmentar las horas laborales.

No obstante, la segmentación no solo está relacionada con la ubicación, sino que también con el público objeto o target, el cual va determinado por las características de las personas, gustos, edad y ubicación. Además, la campaña va determinada por la inversión inicial que se efectúe y el nivel de alcance de la campaña; como también por el lenguaje.

Del mismo modo, se buscó especificar la cantidad de personas a la que se quiso llegar de acuerdo al presupuesto determinado para la o las campañas. Asimismo, se debe determinar la campaña más atractiva y el horario propicio para que sea eficaz al momento de realizar las publicaciones.

Parte del posicionamiento por la red social Instagram, fue por el uso de keywords o llamadas palabras claves que permitieron la segmentación del público, así como también el nivel de alcance de la publicación. Entre las palabras claves que se utilizaron se pueden destacar las siguientes:

Solutionsforlife, entrepreneur, entrepreneursofinstagram, entrepreneurslife, entrepreneurship, entrepreneurmindset, agenturleben, unternehmer, unternehmertum, ceo, seo, onlinemarketing, instamoments, digitalmarketingstrategy marketingtips, business, digitalagency, onlinemarketing, webdesign, searchengineoptimization, sem, entrepreneur, seotips, digitalmarketing, marketing, socialmedia, hastags, website, tags, tips, googleseo, Digitalmarketingstrategy, marketingtips, business, communitymanagers, shared, contentmarketing, google, socialmediamarketing, blogging, socialmediatips, content, ppc, websitedesign, marketingstrategyconsultant, website, tags, tips, googleseo, publicspeaking , marketingdigita, yourfavoriteinfluencer, communication,, businessowner, onlinebusiness, businesslife, businesstips, businessquotes, successquotes, successmindset, successquote, internetmarketing, publicidad, motivation, motivationalquotes, motivational, inspirationalquotes, inspiringquotes, socialmedia, mercadeo, marketingtips, rrs, publigrm, startup, startups, hustle, novedades, tendencias, Caracas, Venezuela, Noticias, destacado, technology, tecnologia, Colombia, españa, mx, mexico, chile, Ecuador, brasil, eeuu, unitedstates, London, snapchat, Instagram, twitter, branding, inspired, yourfavoriteinfluencer, communication y publicspeaking.

Por último se ejecutó la campaña a través del correo electrónico por medio de la aplicación web Doppler.

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

- ❖ Elaborar una lista en el programa de Microsoft Excel.
- ❖ Guardar el archivo en formato (CSV) para así poder importarlos.
- ❖ Importar los contactos en la cuenta de Doppler.
- ❖ Seleccionar la lista de contactos que se tiene.
- ❖ En seguida se establece que se desea llevar a cabo una campaña, con los siguientes requisitos: nombre de la compañía, asunto y remitente.
- ❖ Diseñar una plantilla personalizada de acuerdo con la imagen corporativa de la empresa donde se estipule la connotación y denotación del mensaje a evocar.
- ❖ Establecer los títulos de la plantilla y su contenido, los cuales deben ser atractivos para la efectividad de la campaña.
- ❖ Se establecen los formatos de las fotos.
- ❖ Se carga la plantilla realizada al sistema.
- ❖ Se dispondrá la hora y el día en la que va hacer enviada o se le indica si será enviada en ese instante.
- ❖ Se envía la campaña. (No se puede demostrar en la práctica, debido al poco tiempo en que se efectuó dicha campaña).
- ❖ Luego procedemos a responder a los destinatarios interesados.