

Señora

Johana Alvarino

New Trip

Asunto: Propuesta, consultoría e implementación estrategia digital.

De acuerdo a sus solicitudes presentamos la propuesta para el desarrollo del proyecto "Estrategia digital 2019 – 2020"

De acuerdo reunión sostenida y brindando análisis a sus solicitudes, presentamos los puntos que contiene nuestra propuesta referentes a Capacitación, Consultoría, Sitios Web, Publicidad en Buscadores (SEO y SEM) y marketing de contenidos (Inbound Marketing).

Primera etapa - Duración 4 Días – 8 horas

- 1) Para la óptima aplicación de la estrategia digital a implementar, iniciamos con un acompañamiento y consultoría en la fase inicial, de la mano del departamento de comunicaciones y todoventa.com. Desarrollando el plan de acción a ejecutar para todo el año, creando una ruta a seguir y generando un plan de Marketing digital alineado a la estrategia integral de comunicaciones, trazando una ruta de acción detallada que permita obtener los objetivos planteados.
 - a) Capacitación al equipo de comunicaciones en el uso y apropiación de Google Analytics, como inicio de la estrategia, identificando el panorama actual del tráfico obtenido hasta hoy.
 - b) Análisis de cómo dar seguimiento a las audiencias, Datos demográficos, segmentación por georeferenciación, intereses y segmentos del mercado, comportamiento de los usuarios, tipos de tecnologías usadas.
 - c) Procesos de análisis de Adquisición, Canales de tráfico, análisis de tráfico orgánico.
 - d) Análisis del impacto de las redes sociales en el sitio y la conversión.
 - e) Análisis del comportamiento de los usuarios en los contenidos, cuales son los más visitados, como navegan el sitio, en que se interesan, como interactúan.
 - f) Análisis de conversiones, embudos de marketing, objetivos y embudos de conversión.
 - g) Análisis de mapa de calor

Objetivos logrados

- h) Finalizando este proceso el área de comunicaciones estará preparado para tomar decisiones de como orientar el tráfico, como medir las campañas on y off line, como crear procesos de objetivos a cumplir y sacar informes detallados de las campañas ejecutadas con indicadores de gestión.
- i) Creación del plan detallado de acción basada en indicadores aprendidos durante la consultoría.
- j) Creación de Mapa de sitio basado en el análisis estadístico y el mapa de calor.

Segunda etapa - Duración 4 Días – 8 horas

- 2) Obtenido los resultados de la primera fase, procedemos a revisar los contenidos actuales del sitio, revisar su actual SEO y generar un plan de generación de contenidos orientados a Inbound Marketing, de acuerdo al segmento del mercado al que se dirige, sus intereses y como orientarlos a Paginas de aterrizaje que permitan generar embudos de conversión basados en alto interés, llevando al usuario a depositar sus datos para la solicitud de información en campañas específicas.
 - a) Revisión general de los contenidos
 - b) Revisión y plan de mejoras en SEO
 - c) Análisis de datos que se deben recopilar en cada acción, esquema de formularios de acción orientados a los intereses de las campañas.

Objetivos logrados

- d) Creación de plan de contenidos para 1 año orientados a inbound marketing basado en campañas específicas.
- e) Creación de plan de boletines y procesos de seguimiento de correos automáticos por email marketing a los usuarios que depositan sus datos.
- f) Generación de plan de acción en páginas de aterrizaje a los que lleva el usuario después de consumir los contenidos orientados a la acción.
- g) Plan de campañas orientadas a SEM

Tercera etapa - Duración 8 Días – 10 horas

- 3) Pasando el proceso de la segunda etapa, iniciamos el plan de Marketing para las campañas de pago por clic (PPC) orientadas a costo por adquisición (CPA) que permitirán apoyar y potenciar los resultados actuales de la estrategia digital, logrando incrementar los indicadores claves de desempeño (KPI) y creando un mapa de ruta de la proyección en inversión para campañas digitales y las piezas gráficas que acompañaran cada campaña ejecutada en el proceso.

Objetivos logrados

- a) Creación de cronograma de campañas
- b) Plan de acción para cada campaña. Este se compone de los diferentes medios que se implementan en cada una de estas.
- c) Plan de medios a utilizar, como campañas de búsqueda, Redes de contenidos, Youtube, Remarketing.
- d) Listado detallado de las imágenes que se deben generar para las campañas, banners, videos.
- e) Listado detallado de los sitios relacionados en los cuales se va pautar con contenidos orientados a campaña y similares.
- f) Listado detallado de los canales de Youtube en los cuales participar basados en contenidos relacionados.
- g) Creación de listas de segmentos orientados a intereses de campañas en los que se va ejecutar el remarketing.
- h) Creación de KPI

Cuarta etapa - Duración 30 Días (Depende de los tiempos del proveedor)
Horas seguimiento y acompañamiento – 10 horas

- 4) Recopilada toda la información de las etapas anteriores inicia el proceso técnico de implementación del sitio web orientado a los planes ejecutados anteriormente en la planificación.

Debido a que actualmente tienen contratado un servicio integral de Administración del Sitio web. Proponemos no hacer el cambio de este sino más bien potencializarlo con estrategia y apoyarnos en la actual agencia para la generación de las piezas gráficas, y cambios solicitados por nuestra parte de acuerdo a la planificación realizada.

- a) Orientación en el manejo de los contenidos con la agencia.
- b) Implementación de todos los contenidos generados en las etapas anteriores orientados a blog e inbound marketing.
- c) Implementación de páginas de aterrizaje
- d) Programación de contenidos
- e) Creación de las secuencias de correo de marketing digital programadas para las campañas
- f) Aplicación de las respuestas automáticas y de seguimiento a los clientes por correo electrónico.

Objetivos logrados

- g) Entrega final del sitio web basado en todo el estudio y listo para publicar y poner en marcha todo el plan de marketing y la continuidad a la fase seis.

Quinta etapa - Duración 10 Días

- 5) Continuando con toda la estrategia y pasando las anteriores etapas luego de lograr la implementación del sitio web final, inicia el proceso de campañas de CPC con Google Adwords, en las cuales implementamos todas las campañas planeadas y el inicio del logro de los objetivos planteados.

SOMO GOOGLE PARTNER – CERTIFICADOS

- a) Creación y activación de cuenta Google Adwords.
- b) Creación de las campañas (6 campañas 1 por mes o 1 cada 2 meses)
- c) Creación de hasta 3 anuncios por campaña.
- d) Creación de campañas de Remarketing
- e) Creación de campañas de Red de contenidos y aplicación de emplazamientos (Sitios relacionados donde aparecerá los banners de campañas.)
- f) Creación de campaña de video orientada a YOUTUBE
- g) Creación de Google Data studio con programación mensual de informe de comportamiento.

Objetivos logrados

- h) Activación del plan de marketing e inversión en medios.
- i) Activación de informes con los KPI propuestos generados por las campañas.

Objetivo final

Finalizado este proceso, la empresa obtendrá una estrategia clara y totalmente implementada de marketing digital que permita lograr los siguientes resultados.

- 1) Aumentar la cuota de mercado.
- 2) Incrementar los resultados en la adquisición por el canal digital
- 3) Visibilizar la empresa
- 4) Generar resultados de comunicación y dinámica con los asociados por medio de los canales digitales
- 5) Iniciar incentivos que ayuden al proceso de transformación digital de los asociados y apropiación de canal electrónico como herramienta útil para ellos
- 6) Generar en torno a los usuarios, procesos de fidelización generando comunidad digital alrededor de la marca, convirtiendo el sitio web en el eje central para toda la estrategia de incentivo y uso recurrente de los activos digitales.
- 7) Incrementar las descargas de la App
- 8) Dar mayor visibilidad y presencia a la marca en medios digitales
- 9) Alienar la estrategia digital con el plan de medio y comunicaciones
- 10) Agilizar los procesos de servicio al cliente.
- 11) Aumentar la adquisición de nuevos clientes por medio de canal
- 12) Incrementar en un 80% el trafico al sitio
- 13) Incrementar entre un 20% a 40% las comunicaciones del sitio

Valor total de implementación de las 5 fases

Para todas las fases incluidas se necesita los siguientes puntos que están **incluidos en la oferta**.

36 horas de seguimiento, consultoría, asesoría y recopilación de información y generación de planes estratégicos.

6 Campañas configuradas y activadas de Google Adwords, Cada campaña Contiene 1 campaña 2 anuncios textuales, 1 conjunto de anuncios gráficos, remarketing con red de búsqueda + Red Display + Campaña video (cliente entrega el video)

No están incluidos en la oferta

Diseño gráfico de piezas publicitarias. Todas las piezas deben ser entregadas por la agencia de publicidad, con los respectivos tamaños solicitados, y orientados a la identidad corporativa y de campaña de la empresa.

Gestión del sitio web actual, nos apoyamos en la actual empresa que está administrando.

No están incluida las inversiones en pagos por clic de las campañas generadas. El pago de estas a los proveedores como Google tiene valores variables de acuerdo a la oferta y demanda y la competencia del mercado. Solo podemos dar estimativos mas no dar valores exactos.

Valor Comercial de la propuesta.

Capacitación	Descripción	Cantidad	Precio Publico
Valor x hora Especializada Presencial visita cliente	Activación con formulario de Inscripción, contactos, almacenando en base de datos, escribir todas las posibilidades , cupones, etc, Textos para anuncios en Internet Desarrollo de campañas Facebook Subir contenido del sitio web al fanpage	36	\$ 3.809.868
Tipo campaña	Descripción	Cantidad	Precio Publico
Campaña Avanzada	Contiene 1 campaña 2 anuncios textuales, 1 conjunto de anuncios gráficos, remarketing con red de búsqueda + Red Display+Campaña video (cliente entrega el video)	6	\$ 5.488.685

Tipo de Facturación	Precio de Venta x Unidad
Unica	\$ 9.298.552
Mes	\$ -
Año	\$ -
Total	\$ 9.298.552
Total Anual	\$ 9.298.552

El tiempo total de duración del proyecto es de 56 días.

Los valores presentados son sin IVA. Para valores con IVA debemos acordar cuales se cobran con el IVA y cuáles no, ya que muchos de los servicios prestados son Excluidos de IVA y estamos autorizados por MIN TIC y la DIAN a facturar sin IVA

- La forma de pago es así: 50% Iniciar el proyecto: 4.649.276
- 25% a los 30 días : 2.324.638
- 25% contra entrega: 2.324.638

Atento a sus comentarios

--

Héctor F Alvarez Calderón
Gerente General

Todoventa.com® | Medellín

Tel: 4489908 Ext: 3928

Whatsapp: 3045558469

Web: www.todoventa.com

Correo: gerencia@todoventa.com

Dirección: Calle 10A # 41-7 | Ofi -202 | Poblado