

Maestría en

MERCADOTECNIA MENCIÓN ESTRATEGIA DIGITAL

Trabajo de grado previa a la
obtención de título de Magister en
Mercadotecnia mención Estrategia
Digital.

AUTORES:

Martha Jimena Raza Bárcenes
Gabriela Elizabeth Rosero Pasquel
Andrea Christina Rubio Castro
Ivette Carolina Villavicencio Tinta
Francisco Arturo Fernández Jervis

TUTORES:

MSc. José Luis Pérez Galán
MSc. Paúl Garcés Ruales

Plan de marketing digital para la empresa Mi Piloto
de mensajería empresarial, para ampliar su segmento a
B2C.

CERTIFICACIÓN

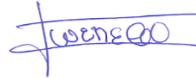
Nosotros, Martha Jimena Raza Bárcenes, Ivette Carolina Villavicencio Tinta, Gabriela Elizabeth Rosero Pasquel, Andrea Christina Rubio Castro, Francisco Arturo Fernández Jervis, declaramos que somos los autores exclusivos de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal. Todo los efectos académicos y legales que se desprendan de la presente investigación serán de nuestra sola y exclusiva responsabilidad.

Cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.



Firma del graduando

Martha Jimena Raza Bárcenes



Firma del graduando

Ivette Carolina Villavicencio Tinta



Firma del graduando

Gabriela Elizabeth Rosero Pasquel



Firma del graduando

Andrea Christina Rubio Castro

A handwritten signature in blue ink, reading "Francisco Fernández Jervis". The signature is written in a cursive style with a horizontal line underneath the text.

Firma del graduando

Francisco Arturo Fernández Jervis

Nosotros, José Luis Pérez y Paúl Garcés Ruales, declaramos que, personalmente conocemos que los graduados: Martha Jimena Raza Bárcenes, Ivette Carolina Villavicencio Tinta, Gabriela Elizabeth Rosero Pasquel, Andrea Christina Rubio Castro, Francisco Arturo Fernández Jervis, son los autores exclusivos de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal de ellos.



Firma del director del trabajo de titulación

MSc. José Luis Pérez



Firma del director del trabajo de titulación

MSc. Paúl Garcés Ruales

DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada en primer lugar a nuestros padres, quienes nos han inculcado valores como la responsabilidad y la dedicación, han sido nuestros cimientos para la construcción de nuestra formación como personas y profesionales.

A nuestra familia quien nos ha ofrecido el amor, el soporte y la calidez para lograr nuestros objetivos.

AGRADECIMIENTOS

El principal agradecimiento es a Dios por habernos brindado la sabiduría, la salud y la oportunidad de subir un escalón más en nuestra vida profesional, ya que por él y para él son todas las cosas.

Agradecemos de forma especial a la Universidad Internacional del Ecuador y a Escuela Internacional de Gerencia, a nuestros maestros quienes han compartido sus conocimientos con nosotros y en general a todas las personas que de una u otra forma nos han apoyado en la realización de este proyecto.

ÍNDICE

Justificación del uso de la estrategia de SEM en el proyecto.....	18
Definición del objetivo de la campaña.....	19
Kpi's de referencia para la medición.....	20
Definición del buyer persona.	21
Estimación del reach máximo de búsquedas.	22
Definición del destino de la campaña.	23
Lanzamiento de la campaña.....	23
Visualización de los anuncios de texto.....	25
Definición de Keywords y tipo de concordancia.	26
Uso de audiencias.....	28
Despliegue de los informes necesarios de control.....	29
Control de presupuesto:	31
Fijación de objetivos:.....	32
Metas SMART:.....	34
KPI para medir el SEO:.....	37
Segmentación y definición de nuestro buyer persona	38
Necesidades y motivaciones:	39
Desafíos y puntos problemáticos:.....	40
Comportamiento de compra:.....	40
Análisis y punto de partida: objetivos y razones de su uso.....	43
Las razones por las que su uso es imprescindible son, porque:.....	44
Análisis de plataformas	47
Plan de contenidos.....	48
Plan de contingencia	50
Rendimiento esperado.....	52
Selección de Redes Sociales donde invertir.	53
Análisis y punto de partida.....	54

Razones para el uso de modelos de compras en redes sociales.....	55
Estructura de las campañas de publicidad.....	55
Test A/B.....	57
Medición de TEST A/B.....	58
Optimización del presupuesto para la campaña.....	61
conjuntos de anuncios.....	63
Para B2B LinkedIn (Costo por Mil Impresiones - CPM).....	63
Crear Anuncios.....	66
Copy para anuncios.....	72
KPI's de Calidad:.....	76
KPI's de Fuente:.....	77
Test A/B y medición.....	77
Medición del Test A/B:.....	79
Acciones Sugeridas:.....	81
Generación de UTM.....	81

RESUMEN

El presente proyecto de titulación describe las estrategias de marketing digital para ampliar el segmento de B2B a B2C de la empresa Mi Piloto, la misma que se encarga de procesos de logística y gestión de entregas solicitadas por locales comerciales. Al momento se encuentra trabajando con locales comerciales como: KFC, El Corral, TCL, La Guarda, El Bodegón, Mayflower, entre otros. La empresa empezó sus operaciones comerciales en el año 2018 y cuenta con alrededor de 50 empleados. Actualmente se puede observar que su nicho de mercado es netamente brindar el servicio a empresas, hemos visto la oportunidad de que este servicio sea ampliado a personas particulares debido a la creciente demanda actual de servicio de encomiendas.

Al momento cuenta con una página web y una aplicación móvil de descarga gratuita disponible en Google Store y en Apple Store. Las estrategias digitales propuestas además de ampliar el alcance de B2B a B2C a través de pauta orgánica en sus canales digitales, con su rediseño también permitirá captar a nuevos clientes potenciales, mediante una interacción bilateral, oportuna y ágil con los clientes. Con esto se busca lograr aumentar el número de usuarios que utilicen la aplicación y que soliciten el servicio de encomiendas.

ABSTRACT

This degree project describes the digital marketing strategies to expand the B2B to B2C segment of the company Mi Piloto, the same one that is in charge of logistics processes and delivery management requested by commercial premises. At the moment he is working with commercial establishments such as: KFC, El Corral, TCL, La Guarda, El Bodegón, Mayflower, among others. The company started its commercial operations in 2018 and has around 50 employees. Currently it can be seen that its market niche is clearly to provide the service to companies, we have seen the opportunity for this service to be extended to individuals due to the current growing demand for parcel service.

At the moment it has a website and a free downloadable mobile application available in the Google Store and the Apple Store. The proposed digital strategies, in addition to expanding the scope from B2B to B2C through organic advertising in its digital channels, with its redesign will also allow attracting new potential customers, through bilateral, timely and agile interaction with customers. This seeks to increase the number of users who use the application and who request the parcel service.

DECLARACIÓN DEL PROBLEMA

Para la empresa Mi Piloto, ha representado un grave problema la falta de adaptación al entorno empresarial, esto ha conllevado la pérdida de oportunidades ya que no ha logrado promocionar sus servicios y llegar a nuevos clientes; adicional, carece de herramientas tecnológicas bien estructuradas, no ha hecho uso de sus redes sociales desde el año 2022, sus publicaciones son en redes sociales (Facebook e Instagram) son realmente básicas, no posee mayor información, ni CTA para que el cliente pueda acceder de manera fácil y rápida a información. Su página web, se encuentra también desactualizada, no hay secciones que brinden claridad del servicio que se ofrece, por ende, no genera confianza en el cliente final.

A partir el año 2020, el COVID-19 ha obligado a las personas a digitalizarse y en el mercado existen algunas empresas que se han tomado ventaja de la tecnología para hacer crecer sus ingresos, a diferencia de “Mi Piloto” que no ha hecho uso de canales digitales para poder mejorar su visibilidad y eficiencia operativa.

JUSTIFICACIÓN

Al realizar un Plan de Marketing Digital para la empresa Mi Piloto con el objetivo de ampliar su segmento al mercado Business-to-Consumer (B2C) lograremos:

Generar una nueva fuente de ingresos, ya que, al ofrecer servicios de entrega a los consumidores finales, Mi Piloto ampliará sus posibilidades de ingresos y reducirá la dependencia de un solo segmento de mercado.

Aumentar la visibilidad de la marca, ya que al dirigirse al mercado B2C, Mi Piloto tendrá la oportunidad de mejorar el reconocimiento de su marca entre los usuarios.

Utilizar herramientas de marketing digital eficaces para llegar al mercado B2C, lo cual ayudará a la empresa Mi Piloto a llegar a los clientes de manera efectiva, fomentar el reconocimiento de marca y promover sus servicios.

Aprovechar el crecimiento del comercio electrónico, tomando en cuenta que cada vez más consumidores realizan compras en línea, el ampliar el alcance de la empresa Mi Piloto al mercado B2C, permitirá ofrecer servicios de entrega confiables y eficientes para estos consumidores.

Atender la demanda de entregas rápidas y convenientes, al ofrecer los servicios de Mi Piloto al mercado B2C, la empresa puede atraer a clientes que buscan una entrega rápida de sus encargos.

OBJETIVO GENERAL

Ampliar los segmentos de mercado con estrategias de marketing digital que permitan la captación de nuevos clientes potenciales para la empresa Mi Piloto.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Extender el alcance de los servicios de la empresa Mi Piloto hacia el mercado B2C.
- Incrementar el número de usuarios en nuestros canales digitales y aplicativos móviles de la empresa.
- Lograr un mejor posicionamiento orgánico de la marca dentro del mercado.

ANTECEDENTES

La plataforma Mi Piloto se crea en la ciudad de Cuenca en el año 2017 y lanza sus operaciones en el año 2018, con la finalidad de ser una plataforma que se pueda utilizar como herramienta de trabajo entre locales comerciales. Este aplicativo brinda mayor confianza permite saber información actual en donde te llegara información precisa de las encomiendas a realizar desde entrega de paquetería y traslado del consumidor final, con detalles de la

información del cliente. Empresa dedicada a la logística de última milla de e-commerce Opera mediante su plataforma digital y su aplicación móvil, especializada en delivery y servicio al consumidor buscando las mejores calificaciones, garantizando calidad, normas de seguridad y bioseguridad.

Mi Piloto aplicación para Conductores, permite a los Pilotos recibir las encomiendas que los clientes y los locales comerciales solicitan.

También es la aplicación para locales comerciales para que puedan solicitar Pilotos para realizar las encomiendas. Sus clientes potenciales son pymes, del cual su estratificación socioeconómica según (INEC) pertenece a un nivel AAA, tales como:

Nuestros Clientes

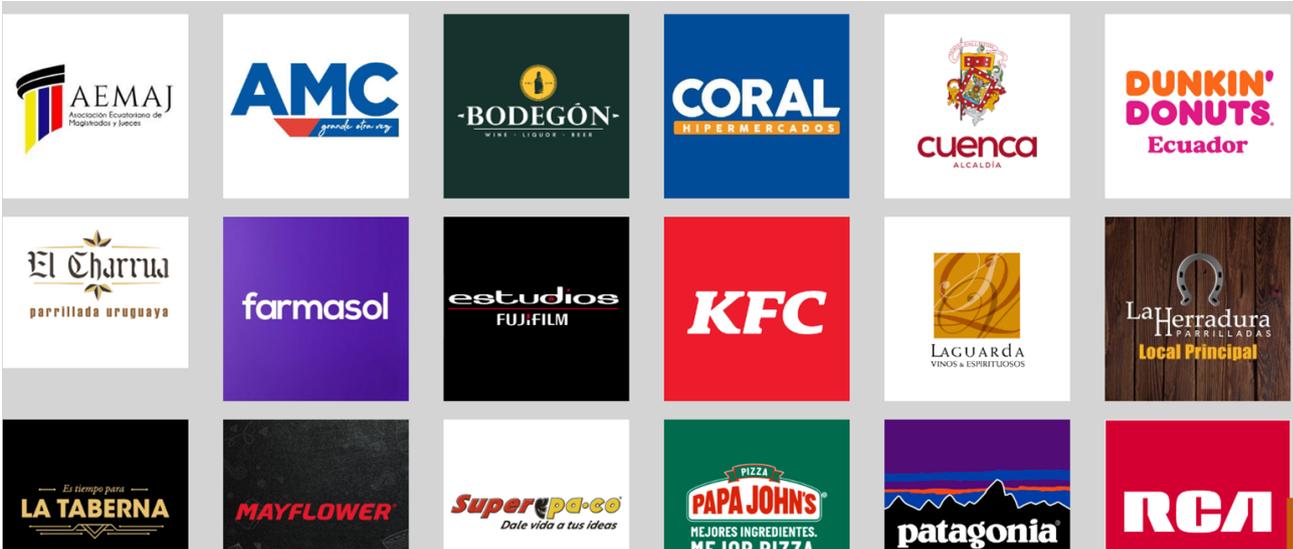


figura 1: Clientes potenciales de la empresa Mi Piloto.

ANÁLISIS SITUACIONAL

Mi piloto, es un aplicativo virtual en el cual cumple con las funciones prácticas de un sistema de mensajería a nivel nacional.

Su mecanismo de registro, es descargando la app y llenando el siguiente formulario: Una vez llenado toda la información de empresa, proceden con el contacto telefónico para agendar capacitación del manejo de la app, del cual permite el monitoreo en línea del traslado de tu pedido.

Apreciamos que su homepage no es tan llamativa y sus colores opacan imágenes y opciones de búsqueda, que como carta de presentación debe utilizar colores corporativos y poseer un diseño responsive, para una correcta visualización de una misma página en distintos dispositivos con un formato vertical, que, bajo este formato de diseño, los usuarios podrán ver la experiencia de sus envíos y entregas en una realidad aumentada a través de tu cámara.

Por otra parte, su accesibilidad debe tener rapidez en su carga, adecuar funcionalidades únicas como:

- Monitoreo de localización del pedido y conductor.
- Interacciones directas: Notificaciones ágiles
- Contenidos visuales y textuales

- Tamaño de visualización
- Botones para redes sociales
- Link directo para FAQs
- Palabras claves para un acceso directo en sus websites.

FACTOR LEGAL

La empresa Mi piloto está conformado de la siguiente manera:

Sede: CUENCA- AZUAY

Tamaño de la empresa: Entre 11- 50 empleados

Tipo: Empresa privada

Especialización: Delivery

Año: 2018

Website: www.mipiloto.com.ec

Actualmente, su página web ha dejado de operar y no se evidencia publicaciones desde el 2021, entre sus métricas más relevante de redes sociales, sus números de seguidores es de 407 (cuatrocientos siete, sus comentarios de suscriptores es bastante minoritario, baja implantación de hashtags, contenidos compartidos, engagements y tráfico orgánico, del cual se ha quedado estancado.

Diseñaremos un plan de marketing digital para el alcance de B2B a B2C a través de pauta orgánica en sus canales digitales.

En base a la información recolectada, el análisis objetivo de métricas mencionadas y considerando las tendencias de marketing, permitirá comprender el enfoque global del negocio y de lo que implementa la competencia.

La matriz FODA, unirá los cuatro factores que son: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para el desarrollo de estrategia digital.

- Aumento en inversión Tik Tok: Los usuarios jóvenes entre 18-25 años, relativamente buscan todo en TIKTOK para pregunta o necesidad.
- Implementación de CRM estilo FLYWHEEL, del cual se basa en que los clientes son siempre el centro de operación, dejando ser el embudo para pasar a la rueda que pasa sin girar.
- Lanzamiento de campañas personalizadas para fidelización de clientes.
- Utilización del Big Data con otras empresas
- Segmentación de email marketing
- Definir estrategia SEO a largo plazo

CORPUS TEÓRICO

Justificación del uso de la estrategia de SEM en el proyecto

La estrategia de SEM (Search Engine Marketing) puede ser una herramienta efectiva para el proyecto de Mi Piloto por las siguientes razones:

- **Visibilidad y alcance:** Mi Piloto aparecerá en los resultados de búsqueda relevantes de los clientes potenciales, aumentando la visibilidad y el alcance de los servicios tanto entre empresas (B2B) como entre consumidores (B2C).
- **Segmentación precisa:** Mi Piloto podrá dirigir sus anuncios a audiencias específicas según criterios como ubicación geográfica, palabras clave, comportamientos de búsqueda y más. Así las empresas que buscan servicios de mensajería o consumidores que necesitan entregas rápidas y confiables podrán encontrar a Mi Piloto fácilmente.
- **Resultados rápidos:** el SEM nos proporcionará tráfico y clientes potenciales casi de inmediato.
- **Medición y análisis precisos:** Mi Piloto podrá evaluar el tráfico generado, la tasa de clics (CTR), las conversiones y otros datos relevantes. Con esta información podremos además realizar ajustes en nuestras campañas para optimizar su eficacia.

- **Flexibilidad en el presupuesto:** Mi Piloto tendrá control total sobre el presupuesto de las campañas. Podremos establecer límites diarios o totales, y además podremos ajustarlos en cualquier momento.
- **Competencia en línea:** En un mercado cada vez más competitivo, Mi Piloto tendrá la oportunidad de competir en línea con otras empresas de mensajería y ofrecer servicios más personalizados y mejorados.
- **Promoción de ofertas y descuentos:** Mi Piloto podrá sobresalir efectivamente con sus campañas frente a su público objetivo.

Definición del objetivo de la campaña.

La campaña SEM de Mi Piloto tiene como objetivo aumentar el conocimiento de la empresa y generar la captación de clientes potenciales, los cuales estén interesados en servicios de mensajería para consumidores particulares y para el segmento empresarial. La campaña estará diseñada para dar respuesta a usuarios que busquen servicios de mensajería y que estén en la etapa de toma de decisiones, lo que significa que están listos para contratar un servicio de entrega confiable y eficiente como el que ofrece Mi Piloto. Además, la campaña destacará las ventajas y características únicas de los servicios de mensajería ofrecidos por Mi Piloto. Esto ayudará a diferenciar nuestro proyecto de la competencia y los clientes que buscan soluciones de entrega que se ajusten específicamente a sus necesidades llegarán a Mi Piloto. No hay duda de que monitorizar y analizar las campañas SEM supondrá un mayor retorno de inversión.

Kpi's de referencia para la medición

Los KPIs de referencia para la campaña de Mi Piloto serán:

CTR (Click-Through Rate - Tasa de clics): Un alto CTR nos indicará que los anuncios de Mi Piloto son relevantes y atractivos para nuestra audiencia.

CPC (Cost Per Click - Costo por clic): El coste medio más bajo en los anuncios de Mi Piloto, será beneficioso ya que nos permitirá maximizar nuestro presupuesto publicitario.

CPA (Cost Per Acquisition - Costo por adquisición): en el caso de Mi Piloto, la adquisición se referirá a un cliente que ha solicitado un servicio de entrega.

Conversión: Mi Piloto podrá ver la cantidad de clientes potenciales que completan un formulario de contacto, envían un mensaje o llaman para obtener más información acerca del servicio de mensajería.

ROAS (Retorno sobre anuncios publicitarios): Mi Piloto conocerá el retorno generado por la inversión publicitaria realizada.

Tasa de conversión de palabras clave: Mi Piloto conocerá cuáles son las palabras claves que generan mayor cantidad de conversiones y clientes potenciales.

Porcentaje de rebote: Mi Piloto podrá monitorear el porcentaje de visitantes que abandonan su sitio después de ver sólo una página. Una tasa de rebote baja indica que la página de mi Piloto es relevante para nuestros usuarios.

Duración de la visita: Una mayor duración de visita en la página de Mi Piloto sugiere que los usuarios están interesados en nuestros servicios, ofertas y promociones.

Definición del buyer persona.

Para nuestra empresa MI PILOTO, definir a nuestro cliente ideal basados en algunas estrategias, se debe tomar en cuenta las siguientes condiciones:

- Recopilación de datos demográficos y geográficos.
- Identificar los problemas más frecuentes para una empresa de entrega de encomiendas.
- Mejora de experiencias de entrega y seguimiento en tiempo real.
- Uso de herramientas adecuadas para análisis de palabras claves.
- Adaptación de términos de búsquedas.
- Plantillas para identificar buyer persona mediante infografías, con la plataforma de diseño Vennage.
- Diseño de preguntas para incluir en plantillas Mi Piloto.
 1. ¿Conoce todo el sistema de entrega de encomiendas Mi Piloto?
 2. ¿Qué tipo de páginas visitar?
 3. ¿Qué palabras utilizas para buscar soluciones a sus problemas?
 4. ¿Dónde busca información?
 5. ¿Cuál consideras que son las objeciones más comunes?

Estimación del reach máximo de búsquedas.

La elaboración de información de una estimación de reach máximo de búsqueda, depende de varios factores:

- Tendencia de mercados
- Comportamientos del consumidor
- Tiempo de adquisición del servicio.
- Semrush: Bajo esta métrica útil, conoceremos la tendencia de palabras claves que podemos adaptar acorde a la competencia, así se consigue y mejora la experiencia de usuario en la página Mi Piloto.

Como dato principal es importante tener identificados los siguientes puntos:

- Áreas de cobertura
- Sitios de preferencia
- Densidad poblacional
- Tráfico social
- Volumen de envíos
- Formas de pagos
- Entregas satisfactorias

Track Analytics: Herramienta gratuita que nos da una orientación del informe de posición de nuestro tráfico. Se extrae datos interesantes tales como: Nivel de usuarios

existentes, páginas de vistas. Con este punto, podemos tener una proyección de nuestros competidores directos.

Definición del destino de la campaña.

El tráfico de la campaña estará enfocado en combinar una estrategia de direccionamiento el cual será inicialmente direccionado a una landing page con el objetivo de generar conversiones y posterior a eso, dirigido a nuestra página web www.mipiloto.com.ec para que el usuario pueda obtener información más detallada sobre nuestros servicios.

Lanzamiento de la campaña

Objetivo: Incrementar las conversiones y generar clientes potenciales para el servicio de mensajería empresarial de Mi Piloto en ambos segmentos (B2B y B2C).

Paso 1: Investigación de palabras clave

Realizaremos una extensa investigación de palabras clave relacionadas con la mensajería empresarial, incluyendo términos relevantes para los dos segmentos de clientes (B2B y B2C). Para encontrar palabras clave con un alto volumen de búsquedas y baja competencia, emplearemos herramientas como Google Keyword Planner.

Paso 2: Creación de anuncios

Crearemos anuncios relevantes y atractivos para ambos segmentos de clientes. Nos aseguraremos de que los anuncios destaquen los beneficios de utilizar el servicio de Mi Piloto, como la rapidez, seguridad y eficiencia en las entregas.

Paso 3: Segmentación de la audiencia

Dividiremos la campaña en diferentes grupos de anuncios para cada segmento (B2B y B2C). Utilizaremos datos demográficos, ubicación geográfica y comportamiento de búsqueda para segmentar adecuadamente los anuncios y mostrarlos a nuestro público objetivo correcto.

Paso 4: Configuración de la campaña

Utilizaremos plataformas de publicidad en buscadores como Google Ads para configurar la campaña. Estableceremos límites de gasto diario y estableceremos ofertas para las palabras clave seleccionadas.

Paso 5: Creación de páginas de destino (landing pages)

Para cada segmento (B2B y B2C), crearemos landing pages que resalten los servicios específicos que interesan a cada grupo. Por ejemplo, en la página de destino para clientes B2B, destacaremos soluciones para empresas y ventajas comerciales, mientras que en la página de destino para clientes B2C, nos enfocaremos en entregas rápidas y seguras para consumidores individuales.

Paso 6: Seguimiento y medición

Para evaluar el éxito de nuestras campañas y su eficacia, utilizaremos el seguimiento de conversiones. Mediremos kpi's clave como el CTR (tasa de clics), el CPC (costo por clic), la tasa de conversión y el ROI (retorno de inversión) para cada segmento. Utilizaremos estos datos para ajustar y optimizar continuamente nuestra campaña.

Paso 7: Optimización continua

Analizaremos regularmente los resultados de la campaña y realizaremos ajustes según las métricas obtenidas. Refinaremos las palabras clave, probaremos diferentes copys de anuncios, optimizaremos las landing pages y ajustaremos las pujas para maximizar el rendimiento de la campaña en ambos segmentos (B2B y B2C)

Para garantizar que las campañas sean eficientes y pertinentes, mi Piloto prestará mucha atención a las tendencias del mercado y a los cambios de comportamiento de los usuarios.

Visualización de los anuncios de texto

Aquí hemos enunciado algunos anuncios de texto que utilizaremos para la campaña SEM de Mi Piloto. Estos anuncios están diseñados para atraer a empresas que buscan servicios de mensajería para sus envíos empresariales y a clientes individuales que necesitan servicios de mensajería para envíos personales o pequeños negocios:

Anuncio 1: Segmento B2B (Empresas)

Título: Soluciones de Mensajería Empresarial

Descripción: Entregas rápidas y confiables para tu negocio. Simplifica tus envíos con Mi Piloto y su servicio de mensajería especializado. ¡Solicita una cotización ahora!

Anuncio 2: Segmento B2B (Empresas)

Título: Mensajería B2B a tu medida

Descripción: Optimiza tu logística con Mi Piloto y su servicio de mensajería empresarial. Entregas puntuales y atención personalizada para tus envíos corporativos.

Anuncio 3: Segmento B2C (Clientes Individuales)

Título: Envíos Rápidos para Particulares

Descripción: ¿Necesitas enviar un paquete rápidamente? ¡Lo tenemos cubierto! Mi Piloto es servicio de mensajería confiable para tus envíos personales. ¡Envía hoy!

Anuncio 4: Segmento B2C (Clientes Individuales)

Título: Entrega Local Rápida

Descripción: Envíos locales rápidos y seguros para ti y tu negocio. Olvídate de las esperas, confía en Mí Piloto y su servicio de mensajería. ¡Cotiza ahora!

Definición de Keywords y tipo de concordancia.

Cuando se trata de palabras clave, podemos decir que son palabras o frases que se utilizan en los anuncios para coincidir con las consultas de las búsquedas de los usuarios, todo esto tiene como objetivo aumentar la visibilidad y el posicionamiento de Mi Piloto en los motores de búsqueda, todas estas palabras deben estar relacionadas con los servicios que ofreceremos, deberán incluir consultas y necesidades comunes de clientes potenciales.

En cuanto al tipo de concordancia se refiere a cómo podemos utilizar las keywords en las campañas de publicidad en línea, se puede mencionar que hay diferentes tipos de

concordancia, estos determinarán cuándo se mostrarán los anuncios resultantes de las búsquedas de los usuarios.

Con esto, buscamos mejorar sin duda las campañas en línea, siempre será muy oportuno hacer de manera previa un estudio para elegir las palabras clave más relevantes para que sean efectivas.

En cuanto a nuestro proyecto, hemos resumido y analizado las palabras clave que queremos emplear.

- Mensajería
- Envíos seguros Ecuador
- Servicio de recolección y entrega
- Empresas de mensajería y encomiendas
- Transporte de documentos
- Entrega puerta a puerta
- Distribución de productos
- Envíos nacionales e internacionales
- Envíos urgentes
- Mensajería empresarial
- Envíos urgentes
- Soluciones logísticas
- Mensajero para empresa

Podemos decir que antes de dar por definitivas las palabras clave, se puede verificar el rendimiento de todas las palabras en cualquier plataforma científica o académica tales como google analytics, google academics, google keyword planner, etc.

Uso de audiencias.

Se pueden desarrollar estrategias más específicas para atraer la atención del público segmentando la audiencia.

YouGov profiles describe la red de información más grande del mundo, una herramienta con varias ventajas. Los seis servicios que oferta son: Posicionamiento de marca, comportamiento online, opiniones, redes sociales y consumo.

Podemos definir algunos tipos de audiencias respecto a nuestro proyecto:

- Audiencias Demográficas: se basan en características demográficas, como ubicación geográfica, edad, género u otros datos demográficos relevantes para el negocio. Nuestra empresa tiene servicios específicos para ciertos segmentos de la población, esto es útil.
- Audiencias conductuales: hay que dirigir los anuncios en función del comportamiento en línea de los usuarios, como la actividad de búsqueda anterior o las interacciones con anuncios y sitios web relacionados con la mensajería.
- Audiencias de interés: debemos direccionar los anuncios a personas con intereses específicos relacionados con las comunicaciones comerciales, como

logística, envíos internacionales, envíos urgentes, servicio de recolección y entregas, etc.

- **Palabras clave:** como ya lo habíamos mencionado es de suma importancia definir palabras clave para Mi Piloto y dirija sus anuncios a las personas que buscan esas palabras clave.

Despliegue de los informes necesarios de control

Informe de rendimiento de campañas: Proporciona una descripción global del rendimiento general de las campañas SEM, incluidas impresiones, clics, tasas de clics (CTR), coste por clic (CPC), gasto total y conversiones. Este informe permite medir el éxito de las campañas frente a los objetivos planteados.

Informe de conversiones: Es esencial rastrear las conversiones, como ventas o registros de clientes potenciales, para comprender cómo están contribuyendo las campañas SEM a los resultados comerciales. El seguimiento de conversiones se puede configurar para identificar acciones específicas del usuario en nuestro sitio web.

Informe de palabras clave: Revela las palabras clave que son más efectivas para generar tráfico y ventas. Para aumentar la eficacia general de las campañas, es fundamental determinar qué palabras clave son las más eficaces y cuáles requieren ser optimizadas.

Informe de concordancia de palabras clave: Para campañas de pago por clic (PPC), este informe nos muestra qué tipo de concordancia de palabras clave está generando más resultados y cuáles pueden requerir ajustes para evitar gastar en palabras clave irrelevantes.

Informe de anuncios: Permite evaluar el rendimiento de diferentes anuncios. Es útil para determinar qué copias de anuncios y llamadas a la acción son más efectivas en atraer clics y conversiones.

Informe de calidad del anuncio: Proporciona información sobre la puntuación de calidad de nuestros anuncios. Una alta puntuación de calidad puede reducir el CPC y mejorar el rendimiento general de las campañas.

Informe de ubicación y dispositivos: Muestra cómo se comportan los anuncios en diferentes ubicaciones geográficas y dispositivos (móviles, tablets, computadoras de escritorio). Esto es importante para optimizar las ofertas y ajustar la segmentación para mejorar nuestro rendimiento.

Informe de la tasa de rebote y duración de la sesión: Estos informes ayudan a evaluar la relevancia de las páginas de destino y la experiencia del usuario después de hacer clic en un anuncio.

Informe de competidores: Puede resultar útil analizar el rendimiento de los competidores en los resultados de búsqueda y cómo se comparan las métricas con las de los competidores directos.

Informe de retorno de inversión (ROI): El informe evaluará el ROI general de la campaña y determinará el impacto financiero.

Control de presupuesto y fijación de objetivos.

Control de presupuesto:

- **Establecer un presupuesto inicial:** Determinar cuánto estamos dispuestos a invertir en campañas de marketing SEM. El presupuesto será lo más cercano a la realidad y proporcional a los recursos que disponemos.
- **Asignar el presupuesto por campaña:** Distribuir el presupuesto entre las diferentes campañas y canales de marketing de acuerdo con nuestros objetivos y prioridades. Por ejemplo, se puede asignar más presupuesto a campañas que han demostrado ser más efectivas en el pasado.
- **Monitorizar el gasto:** Realizar un seguimiento constante del gasto en publicidad para asegurarnos de que nos mantenemos dentro del presupuesto establecido. Utilizando las herramientas de las plataformas de publicidad para supervisar el gasto en tiempo real.
- **Optimizar el rendimiento:** A medida que las campañas están en marcha, podemos observar cómo se comportan en términos de conversión y retorno de inversión. Ajustando el gasto entre las campañas según su rendimiento para maximizar los resultados con el presupuesto disponible.

Fijación de objetivos:

- **Objetivos SMART:** Establecer objetivos específicos, cuantificables, alcanzables y pertinentes en tiempos determinados.
- **Conectar con los objetivos comerciales:** Los objetivos de marketing deben alinearse con los objetivos comerciales más amplios de la empresa Mi Piloto.
- **Segmentar objetivos:** Definir objetivos separados para diferentes campañas o canales de marketing, según sus funciones y audiencias específicas.
- **Utilizar métricas clave:** Asociando métricas clave a los objetivos, como conversiones, CTR, tasa de rebote, tiempo en el sitio web, etc. Esto permitirá evaluar el progreso hacia nuestros objetivos y realizar ajustes cuando sea necesario.
- **Revisar y ajustar los objetivos:** Los objetivos no son estáticos, pueden cambiar a medida que evoluciona el negocio o el mercado. Revisando nuestros objetivos regularmente sabremos si siguen siendo relevantes y alcanzables.

¿Cómo encaja la estrategia de SEO en nuestro proyecto?

Creemos que una estrategia SEO adecuada puede aumentar la visibilidad de Mi Piloto en motores de búsqueda como Google, lo que si se implementa de manera adecuada, puede ser muy beneficioso, dado que Mi Piloto puede aparecer en los principales resultados de búsqueda con palabras clave. Oportunidad de encontrar nuevos clientes potenciales.

También podemos decir que esta estrategia engrana de manera correcta con nuestro proyecto, ya que ayuda a que se genere tráfico orgánico, la capacidad de optimizar sitios web para palabras clave relevantes y proporcionar contenido valioso que satisfaga todas las necesidades de los usuarios, los mismos que lleguen a nuestro sitio web sin haber tenido que pagar por publicidad, de hecho, este tráfico tiene más probabilidades de que se convierta en un cliente potencial y como consecuencia, real.

La competencia puede ser muy intensa en la industria de la mensajería empresarial. Una estrategia de SEO bien ejecutada puede ayudar a que Mi Piloto se destaque de la competencia y los clientes potenciales la encuentren más fácilmente. Es más probable que los clientes potenciales elijan nuestra empresa por sobre el resto de competidores, En los principales resultados de búsqueda, aparece Mi Piloto . Esto también incluye la construcción de enlaces (backlinks) de calidad desde otros sitios web, esto aumentará sin duda la autoridad de nuestro sitio web, lo que lo hará más fiable y relevante, esto a su vez, genera más tráfico y clientes potenciales.

Lo que buscamos también es optimizar la experiencia de nuestros usuarios, de que siempre el usuario tenga experiencias positivas visitando nuestro sitio web, esto significa que la estructura del sitio web es fácil de navegar, con tiempos de carga rápidos, contenido relevante y fácil de leer y un diseño receptivo para dispositivos móviles.

Tratar de entender la relación del SEO con otras disciplinas como SEM

Una correcta aplicación de métricas en función de SEO y SEM pueden causar un incremento sustancial en el tráfico.

Definición de objetivo SEO: Comprobamos el rendimiento actual del sitio en términos de tráfico y pudimos darnos cuenta que la clasificación de motores de búsqueda aún no está completamente establecida. Los motores de tercero o meta buscadores, nos proporcionará información servicio requerido por los usuarios.

Posicionamiento de marca: Queremos mostrar nuestra web en las primeras posiciones de Google.

Metas SMART:

Mi Piloto aumentará el 20 % de su tráfico orgánico en los próximos 5 meses

Mejorar los perfiles y mantener registros actualizados de la actividad del sitio web y las interacciones comerciales.

CTR: Mi Piloto determinará la cantidad de visitas y el porcentaje de usuarios que hicieron clic en el enlace resultante. Si la ratio es alta que las meta etiquetas y etiquetas son atractivas para el público.

Tiempo de duración en página: Estas métricas miden la cantidad del tiempo que los usuarios dedican para revisar y visitar tu página para detectar qué tan atractiva y relevancia de contenido tiene la página.

Semrush: Esta herramienta permite analizar la competencia e identificar sus estrategias a implementar.

MOZ: Esta nueva plataforma permite optimizar con datos altamente confiables y ver la autoridad de cada página, verifica la cantidad de dominios y enlaces de referencia para contenidos específicos.

Considerando métricas esenciales tales como:

- Potencial
- ROI
- Calidad de índice de palabras
- Costo por clic
- Tasa de rebote
- Oportunidad
- Importancia
- Impresiones.

A partir de las herramientas, se realizará un análisis del posicionamiento y características de la web.

Partiendo de una investigación general realizada en la web de Mi Piloto, hemos concluido que realmente tiene una estructura muy básica, mantiene una interfaz aparentemente amigable pero no tiene contenido relevante, no existe una optimización adecuada de imágenes, estructura. No se maneja con palabras claves, ni enlaces internos, los

mismos no se enlazan de manera adecuada ni coherente a las diferentes páginas. Esto hace que pierda visibilidad ante clientes potenciales. Sin contar con que no utiliza ningún tipo de herramienta que le permita crecer y aumentar tráfico.

Es por esta razón que, con las herramientas proporcionadas, buscamos verificar todos los puntos que necesitan mejora, aplicarlas y combinarlas para obtener un adecuado posicionamiento.

Para esto, analizar primordialmente:

Contenido: Hemos analizado que no existe información adecuada ni actualizada, se mantienen incompletos los datos de los servicios que se proporcionan, cobertura geográfica, tiempos de entrega, tarifas, entre otros aspectos relevantes.

Estructura del sitio web: Las páginas no se encuentran organizadas de manera lógica, no siguen una secuencia y todos los enlaces arrojan a la página principal, no tiene un menú de navegación claro. En cuanto a las palabras clave, no existen ni en los subtítulos, encabezados, textos principales. Es necesario incluir meta etiquetas, para poder optimizar nuestras búsquedas.

Vale la pena señalar que este sitio web no utiliza importantes herramientas SEO mucho menos SEM, tampoco Google Analytics para obtener información importante acerca de cómo los usuarios interactúan en nuestro sitio web, verificar la indexación de la web, analizar el tráfico y conversiones. Otra de las herramientas que también nos gustaría aplicar es SEMrush, de esta manera podemos optimizar y analizar palabras clave y monitorear las

clasificaciones, motores de búsqueda, análisis de la competencia, auditorías del sitio web, en general esto nos permitirá tener información adecuada de nuestro rendimiento y poder tomar decisiones que impacten de manera positiva en la implementación de nuestra estrategia SEO.

Hemos considerado también herramientas como Google Ads o Bing Ads, que nos permitirá crear campañas publicitarias, segmentar anuncios según palabras claves específicas, ubicaciones geográficas y otros criterios básicos que nos proporcionará una descripción general 360 del posicionamiento y características de la web de Mi Piloto.

Definir el objetivo y KPI's de medida

Aumentar la visibilidad en los resultados de búsqueda y atraer tráfico más natural al sitio web de la empresa, son los principales objetivos de la estrategia SEO de mi Piloto. Esto permitirá a la empresa atraer a más clientes potenciales y generar más conversiones.

KPI para medir el SEO:

1. Posición en los motores de búsqueda: Este KPI nos permite medir la posición media de las palabras clave, relacionada con la empresa en los resultados de búsqueda. El objetivo es elevar su posición y aparecer en búsquedas principales.

2. Tráfico orgánico: Este KPI nos permite medir el número de visitantes en nuestra web, a través de resultados orgánicos. El objetivo sería aumentar el tráfico orgánico en un porcentaje específico en un período determinado.

3. Palabras clave clasificadas: Con este KPI podemos medir la calidad de palabras clave relacionadas con el negocio que aparecen en los resultados de búsqueda. El

objetivo es aumentar la cantidad de palabras clave que clasifica y diversifica sus palabras clave en motores de búsqueda.

4. Tasa de clics (CTR): Nos permite calcular una tasa de clics promedio que se generan a partir de las impresiones en los resultados de búsqueda. El objetivo sería mejorar el CTR optimizando los títulos y descripciones de las páginas para que se tornen más relevantes.

5. Tiempo en el sitio y páginas por sesión: Este KPI nos permite medir las participaciones de los visitantes cuando llegan al sitio web. El objetivo es aumentar el tiempo promedio en el que los usuarios permanecen en el sitio y la cantidad de páginas que visitan, lo que se traduce en un mayor interés y compromiso de los usuarios con el contenido.

6. Generación de conversiones: Nos permite medir la cantidad de interacciones realizadas por los visitantes, como realizar una compra, solicitar una cotización o completar un formulario de contacto. El objetivo es aumentar la generación de conversiones a través del tráfico orgánico, lo que se resume en un crecimiento de los potenciales clientes y ventas.

Segmentación y definición de nuestro buyer persona

Datos demográficos:

Edad: 18-90 años.

Género: Hombres y mujeres.

Ubicación: Área metropolitana o ciudades importantes con alta concentración de empresas.

Nivel educativo: Variado, desde educación secundaria hasta educación superior.

Datos socioeconómicos:

Ingresos: Medios altos, con capacidad para utilizar servicios de mensajería empresarial.

Tipo de empresa: Pequeñas, medianas y grandes empresas de diversos sectores, como tecnología, servicios profesionales, comercio electrónico, entre otros.

- Roles y responsabilidades:
- Propietarios de empresas y emprendedores.
- Gerentes de operaciones.
- Gerentes de logística.
- Gerentes de compras.
- Profesionales de oficina encargados de envíos y logística.

Necesidades y motivaciones:

- Eficiencia y rapidez en la entrega de paquetes y documentos.
- Servicio confiable y seguro.

- Seguimiento en tiempo real de los envíos.
- Tarifas competitivas y opciones de envío flexibles.
- Atención al cliente receptiva y resolutiva.
- Soluciones personalizadas para las necesidades específicas de la empresa.

Desafíos y puntos problemáticos:

- Retrasos en la entrega de paquetes y documentos.
- Falta de seguimiento y visibilidad en tiempo real.
- Costos excesivos de envío o tarifas poco transparentes.
- Servicio al cliente deficiente o falta de respuesta rápida a consultas y problemas.
- Falta de opciones de envío flexibles o adaptadas a sus necesidades específicas.

Comportamiento de compra:

- Realizan investigaciones y comparan diferentes opciones de mensajería empresarial.
- Se basan en recomendaciones y testimonios de otras empresas.
- Dan importancia a la reputación y trayectoria de la empresa de mensajería.
- Consideran la relación calidad-precio al elegir un proveedor.

- Prefieren soluciones digitales y fáciles de usar para la gestión de envíos y seguimiento.

Estrategias a seguir para conseguir el posicionamiento esperado

Siempre es importante dar un constante seguimiento a todas las estrategias que planteamos, realizar un análisis constante de cada una para medir su efectividad y cada que se requiera o amerite, realizar ajustes. Hemos visto la necesidad de incluir las siguientes:

Construir enlaces de calidad, significa una gran oportunidad para que nuestro website sea atractivo hacia otros, podríamos colaborar con las empresas anexas con las que trabajaremos y participar en directorios y listados locales para obtener enlaces relevantes. De igual manera, es vital optimizar la forma de nuestro sitio web, que esté correctamente organizado y sea sencillo de utilizar, tanto para los consumidores, como para los elementos de búsqueda, utilizaremos una estructura URL amigable, crearemos un mapa del sitio XML para enlazar internamente todas nuestras páginas y así facilitar el acceso a todas las partes de nuestro sitio web.

Crear contenido de alta calidad, que sea relevante, único, bien organizado y sencillo de leer y navegar, utilizaremos palabras claves en los títulos, párrafos, encabezados, etiquetas de imágenes para facilitar a las herramientas de búsqueda en qué consiste el contenido que ofrecemos, esto va de la mano de que utilicemos palabras claves, para esto debemos realizar una constante investigación de las mismas, debemos tener totalmente identificadas todas las palabras claves útiles para nuestro giro de negocio, las que son más buscadas por nuestros potenciales clientes y que tengan un adecuado nivel de competencia, estas palabras serán

pieza angular porque será utilizadas en creación de nuestro contenido y la optimización de nuestro sitio web.

Por otra parte, con el tiempo todas las personas se han ido digitalizando y es crucial que nuestro sitio web sea responsive y proporcione una experiencia de usuario satisfactoria en todos los dispositivos móviles, que también nuestro sitio debe ser caracterizado por la velocidad de carga, este es un factor relevante para clientes y para buscadores, una de las maneras es comprimir imágenes, minimizar el código y utilizar servicios de alojamiento confiables que nos asegurará que el sitio web de Mi Piloto cargue rápidamente.

Por último, la presencia en redes sociales debe ser muy marcada, compartiremos contenido relevante, útil, limpio. También interactuamos con nuestra audiencia y promoveremos nuestro sitio web y nuestros servicios. Esto nos ayudará a generar mayor cantidad de tráfico, aumentar por supuesto la visibilidad de Mi Piloto y crear enlaces mediante CTAs.

Inversión

Las inversiones, la planificación y los recursos que realizará Mi piloto dentro de su planificación para SEO son de \$2.500 anuales.

Desglosados en las siguientes acciones:

Tabla 1

Desglose de recursos

Google Ads	\$ 1,500.00	\$ 125.00
Google	\$ 500.00	\$ 41.67
Semrush	\$ 500.00	\$ 41.67

Dentro de estos períodos, se realizará informes para conocer la evolución en Google Analytics, Google Ads y Semrush para observar el funcionamiento del sitio web, clasificación de 6expresiones y fluidez orgánica y previa auditoría de SEO técnico.

Análisis y punto de partida: objetivos y razones de su uso

Las empresas hoy en día utilizan las redes sociales orgánicas para incrementar el reconocimiento de la empresa, consolidar un grupo de seguidores leales, generar clientes potenciales, mejorar el servicio al cliente, promocionar servicios y ofertas, y mejorar la reputación y la credibilidad. Todo esto podría lograrse potencialmente de una manera rentable. Debemos comunicarnos directamente con nuestra audiencia.

Podemos afirmar que uno de los beneficios del contenido de redes sociales orgánico es que los usuarios que se conectan con nuestro contenido pueden crear vínculos a largo plazo y ganar generar lealtad. En el caso de los contenidos publicitarios, la comunicación se vuelve más directa, las intenciones de venta quedan claras y muchos usuarios pueden seguir nuestras cuentas e interesarse por el contenido, con esto ellos pueden tomar acciones de compra.

Las razones por las que su uso es imprescindible son, porque:

Aumenta el engagement, Las redes sociales permiten a los usuarios interactuar de muchas formas, como comentar, compartir y enviar mensajes con un solo clic.

Además, mientras navegan por la plataforma, los consumidores mantienen una estrecha conexión con las marcas en su vida diaria, lo que aumenta su compromiso con las marcas y construye relaciones más sólidas.

Incrementa el alcance, Hay más de 3.8 mil millones de usuarios de redes sociales en todo el mundo. (“EL IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN EL MARKETING Y LOS NEGOCIOS EN ESTOS DOS ULTIMOS AÑOS”) Esto representa casi la mitad de la población mundial. Por este motivo, tenemos más oportunidad de llegar a más usuarios.

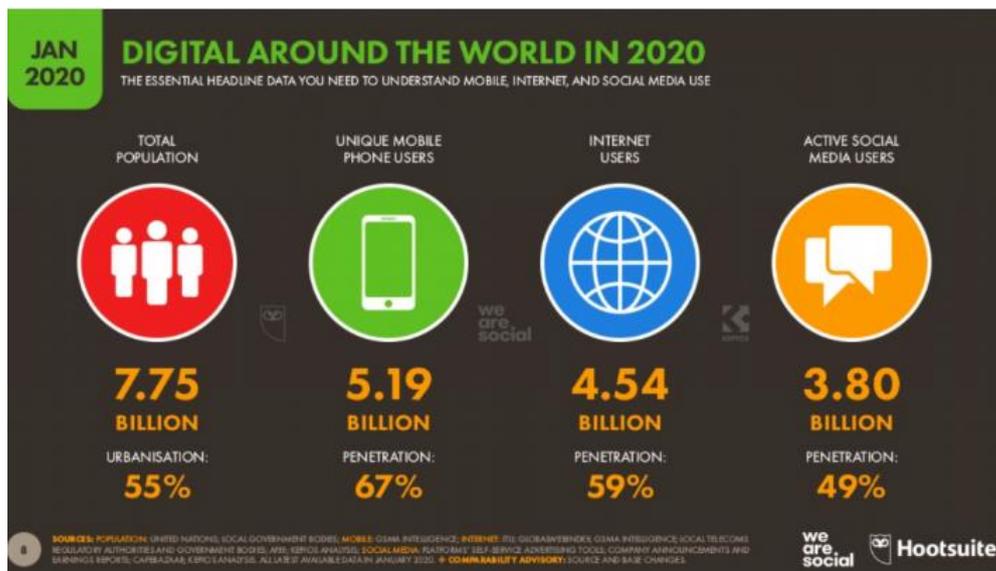


Figura 2: uso digital alrededor del mundo en 2020.

Humanizar la Marca, considero que esto ha ido tomando vida con el pasar de los años, cada vez se le da mayor importancia a la parte humana, esencial en cada empresa, el mostrar qué hay detrás de cada post, de todo el esfuerzo, el trabajo realizado, de las personas que visiblemente no se las puede apreciar. Podemos hablar de una manera más amigable, charlar con los internautas y mostrarles que nuestra empresa está hecha por personas. Así daremos a conocer nuestra marca más humana y más auténtica.

Entre los objetivos principales podemos mencionar:

- Visibilidad de la marca
- Generación de leads
- Creación comunidad

- Promocionar servicios y ofertas
- Atención al cliente individualizado y cercano
- Mantener interacciones positivas que mejoren la reputación y credibilidad.

Por otro lado, existen muchas razones para fomentar y seguir utilizando estos medios, tales como:

Costo ideal: Son una opción más económica para promocionar y dar a conocer nuestra marca y si se hace con contenido orgánico, no tiene costo.

Alto alcance y accesibilidad: Como habíamos descrito anteriormente, una parte significativa de la población en el mundo tiene acceso a redes sociales; por ende, es una muy buena alternativa.

Interacción directa con nuestros clientes y posibles clientes: Esto nos va a permitir saber las opiniones, sugerencias, comentarios y poder generar relaciones duraderas a largo plazo.

Análisis de datos y métricas: Todo lo que se puede medir, se puede mejorar, nos va a permitir conocer y medir el rendimiento de nuestras publicaciones y el impacto que tuvieron.

Viralidad: Ayuda a alcanzar una audiencia masiva en poco tiempo.

Análisis de plataformas

Anteriormente hemos hecho el análisis de las diferentes plataformas de Mi Piloto. Lo que podemos decir es que existe una ausencia muy marcada en todas las plataformas, no existe contenido relevante, ni actualizado, no poseen estructura SEO ni SEM, la página web es realmente básica, no es amigable y no se encuentra mayor información. Todo esto se traduce en una pérdida de oportunidades significativas para tener una presencia en redes realmente marcada, conectar con clientes potenciales y poder crear relaciones con ellos.

El tener una estructura idónea en todas las plataformas, nos permitirá promocionar los servicios de Mi Piloto, interactuar con la audiencia, ganar nuevos clientes, mejorar la visibilidad de la marca, tener nuevas y mejores oportunidades comerciales.

Facebook: Esta es la red social con una gran cantidad de usuarios activos, eso se traduce en una oportunidad valiosa para marcar presencia. El no contar con información en esta red social, hace que perdamos la posibilidad de interactuar con posibles clientes.

Instagram: Es una red social que ha mostrado un gran impacto e importancia en los últimos tiempos, especialmente para un segmento más joven, aquí podemos mostrar el lado más humano de la empresa, la agilidad con la que se entregan paquetes, encomiendas, documentos, el recurso humano con el que cuenta la compañía, para poder generar confianza con la audiencia.

LinkedIn: Está centrada en lo profesional y en establecer todo tipo de relaciones comerciales, definitivamente es una gran oportunidad para establecer conexiones con otras

empresas, buscar colaboraciones, promocionar servicios de mensajería empresarial y de logística.

Aquí no solo podemos establecer conexiones B2B, sino también B2C, lo cual nos puede llevar a lograr acuerdos comerciales importantes.

Plan de contenidos

A continuación, se presenta el Plan de contenidos de Mi Piloto:

Publicaciones informativas sobre servicios: Mi Piloto compartirá contenido sobre los diferentes servicios de mensajería que ofrece, enfatizando los beneficios y ventajas tanto para empresas (B2B) como para consumidores (B2C). Mi Piloto resaltará la rapidez, seguridad y confiabilidad de sus entregas.

Consejos para una logística eficiente: Mi Piloto proporcionará consejos y mejores prácticas relacionadas con la logística y el envío. Estos consejos pueden ayudar a las empresas a mejorar sus procesos de entrega y reducir costos.

Historias de éxito y testimonios: Mi Piloto compartirá historias reales de diferentes usuarios satisfechos y testimonios que avalan la calidad de nuestros servicios. Lograremos así aumentar la confianza de la audiencia.

Contenido interactivo: Mi Piloto realizará publicaciones interactivas como concursos relacionados con la mensajería. Esto con el fin de incrementar que la audiencia participe.

Día a día de la empresa: Mi Piloto compartirá fotos y videos del equipo de mensajería en acción, mostrando cómo se trabaja detrás de escena para entregar los paquetes de manera segura y puntual.

Contenido educativo: Mi Piloto realizará publicaciones educativas sobre cómo empaquetar adecuadamente artículos frágiles, cómo rastrear envíos o cómo reducir el riesgo de pérdidas.

Promociones y descuentos: Mi Piloto anunciará promociones especiales, descuentos u ofertas exclusivas en los servicios de mensajería tanto B2B como B2C para captar el interés de clientes nuevos y crear fidelización a los actuales.

Marca tus KPI y objetivos

Mi Piloto utilizará los siguientes KPI's para medir su estrategia de Redes Sociales Orgánico:

Alcance: Mi Piloto medirá el número total de usuarios que han visto las publicaciones o contenido en las redes sociales. Esto te permite evaluar la visibilidad de tu marca y su capacidad para llegar a una audiencia más amplia.

Engagement: Mi Piloto engloba indicadores como "Me gusta", comentarios, acciones compartidas y número de clicks sobre los enlaces.

Seguidores/Fans: Mi Piloto medirá el aumento de seguidores/fans en sus redes sociales.

Conversiones: Mi Piloto rastreará las conversiones generadas a partir de las interacciones en redes sociales.

Tasa de clics (CTR): Mi Piloto medirá cuántas personas hacen clic en sus enlaces. Una alta tasa de clics supondrá que los seguidores estén interesados en obtener mayor información sobre los servicios de Mi Piloto.

Sentimiento y Feedback: Mi Piloto realizará un seguimiento del sentimiento general hacia la marca en las redes sociales. Lo haremos monitoreando comentarios, menciones y reseñas.

Tiempo de respuesta: Mi Piloto medirá el tiempo de respuesta a los mensajes y consultas de los clientes.

Comparticiones/Viralidad: Mi Piloto rastreará cuántas veces se comparten sus publicaciones y cuánto alcance adicional se genera a través de las redes sociales de otros usuarios.

Retención y lealtad: Evaluaremos cuántos de nuestros seguidores actuales vuelven a interactuar con la marca en redes sociales y cuántos se convierten en seguidores leales a largo plazo.

Plan de contingencia

Como puntos a evaluar MI PILOTO, consideramos lo siguiente:

Riesgo de entregas fallidas: Dentro de las evaluaciones de riesgo tales como: desastres de la naturaleza, daño mecánico de camión, atrasos o pérdida por parte del operador.

Respaldo de datos en sistema propio MIPILOTO: El archivo de base de datos de clientes, operaciones y sistema de funcionamiento, podemos realizar directamente desde la nube con plataforma IONOS, cuenta con certificación ISO y permite archivar un almacenamiento con capacidad de 50, 100, 250 GB.

Canal de comunicaciones: Definir un solo canal de comunicación y responsable del mismo, para proporcionar información precisa y veraz.

Socios estratégicos: Las relaciones de colaboración, en caso de backup en situaciones de emergencia, brinde el apoyo necesario.

Garantía y seguro por encomienda: Implementar protocolos de seguridad y respaldo por parte de pólizas contratadas para responsabilidad civil.

Simulacros: Coordinar y realizar pruebas de posibles escenarios que podría ocurrir, con la finalidad de evaluar la eficiencia para solventar la emergencia.

Capacitación periódica al personal: Conocimiento del manual de procesos de la empresa y el uso adecuado de implementos y planes de contingencia en cada área

Inversión, rendimiento esperado y recursos destinados.

La inversión en redes sociales orgánicas para la empresa Mi Piloto se relaciona principalmente con el tiempo y los recursos destinados a crear y gestionar una presencia en línea sólida. Esto incluye:

Tiempo del equipo de marketing: El tiempo dedicado a la planificación, generación e inserción de contenido en redes, así como a la participación con la audiencia y la gestión de la comunidad.

Diseño de contenido: Los recursos necesarios para crear contenido visual atractivo, como imágenes y gráficos relacionados con la mensajería empresarial.

Gestión de redes sociales: La inversión en herramientas de programación y análisis para optimizar la gestión de las cuentas en redes sociales.

Rendimiento esperado

El rendimiento esperado en redes sociales orgánicas para la empresa Mi Piloto se puede medir mediante diferentes métricas, adaptadas a los objetivos específicos de la empresa. Algunas métricas clave pueden ser:

Alcance y engagement: Evaluar cuántas personas están viendo el contenido de la empresa y cómo están interactuando con él (me gusta, comentarios, compartidos, etc.).

Generación de leads: El número de clientes potenciales que se han generado mediante interacción en redes sociales y que pueden convertirse en futuros clientes.

Tráfico al sitio web: La cantidad de usuarios que visitan el sitio web de la empresa a través de enlaces en las publicaciones de redes sociales.

Satisfacción del cliente: Evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios que interactúan con la entidad a través de sus redes sociales.

Los recursos destinados en redes sociales orgánicas para la empresa Mi Piloto incluyen:

Equipo de marketing y community managers: Personal dedicado a la generación de contenido relevante, programación de publicaciones y gestión de la comunidad en redes sociales.

Diseñadores gráficos: Para crear contenido visual llamativo y en relación con la identidad de la marca de la empresa.

Herramientas de gestión y análisis: Para programar publicaciones, analizar el rendimiento y realizar informes de resultados.

Servicio de atención al cliente: Personal capacitado para responder preguntas y comentarios de los usuarios a través de redes sociales.

Modelos de compra redes sociales

Selección de Redes Sociales donde invertir.

Las redes sociales en las cuales Mi Piloto invertirá son Facebook, Instagram, LinkedIn.

Después de un minucioso análisis se pudo llegar a la conclusión de que estas redes sociales son en donde los públicos objetivos de la empresa más se encuentran activos.

Análisis y punto de partida

Para Mi Piloto el uso de modelos de compras es una estrategia importante por lo cual se han planteado los siguientes objetivos y el porqué de su uso:

Objetivos del uso de modelos de compras en redes sociales:

Ampliar la base de datos de clientes y de los conductores: Se pretende llegar a leads efectivos, así ampliar nuestra audiencia en amplitud y diversidad. Es importante convertirlos en clientes potenciales.

Aumentar el número de personas que utilicen los servicios de Mi Piloto: A través de la implementación de modelos de compras diversos en las redes sociales se logrará simplificar la utilización de servicios y a su vez generar la confianza para utilizar Mi Piloto.

Generar un canal de comunicación bilateral: Al mantener un medio de comunicación directo y confiable en las redes sociales Mi Piloto obtendrá mayor visibilidad, confianza y hará que sus servicios sean recomendados por la buena reputación ya sea B2B o B2C.

Segmentar las audiencias de forma correcta: Una de las ventajas de las redes sociales es que nos permiten segmentar las audiencias de forma detallada, llegando así a clientes que tienen interés en los servicios de Mi Piloto. Es importante analizar la información que se

puede obtener sobre el comportamiento del público objetivo y realizar seguimiento a las campañas.

Razones para el uso de modelos de compras en redes sociales

La principal razón de uso es tener mayor visibilidad y alcance, hoy en día en el auge de la era digital, gran parte de la población en el mundo utiliza las redes sociales, por esta razón Mi Piloto busca ampliar su audiencia por medio de las redes sociales. Por lo mismo, los modelos de compras en redes sociales nos permiten tener leads efectivos gracias a la comodidad ofrecida a los usuarios activos.

Estructura de las campañas de publicidad

La estructura de la campaña de publicidad que utilizará Mi Piloto es la siguiente:

- Definición de objetivos.
- Identificación de la audiencia.
- Elección de las redes sociales.
- Desarrollo de creatividades.
- Segmentación de audiencias.
- Establecimiento de calendario y presupuesto.
- Seguimiento y medición.
- Optimización de la campaña.

- Monitoreo y análisis.

Nombrar la campaña

La campaña macro que utilizaremos será: “Tus envíos seguros, personalizados y prontos con Mi Piloto, Hacemos tu vida más fácil”

Elegir el objetivo de la campaña

Mi piloto tiene como propósito en esta campaña aumentar sus ventas y fomentar la lealtad y clientes potenciales y captar nuevos clientes.

Defiendo nuestro propósito de campaña, tenemos la estrategia más alineada y positiva para escoger los nuevos objetivos de la campaña:

- Aumentar coberturas geográficas.
- Resaltar la seguridad de las entregas.
- Mejorar la experiencia del cliente.
- Retención de clientes y fidelización.
- Beneficios por contratación del servicio.

Diseñamos modelo de PESO del cual se dividen los canales de distribución en PAGADO, GANADO, COMPARTIDO Y PROPIO.

PAGADO: Promoción, Distribución, Publicidad pagada.

GANADO: Referencias y recomendaciones, Informe de recorridos realizados.

COMPARTIDO: Testimonios, Sitio web, Asociaciones con otras empresas,

PROPIO: Plataforma, Flota de logística, Infraestructura.

Para la creación de CTA efectivos, utilizaremos las plantillas de HubSpot.

Los landing page de alta conversión contiene varios activos para generar tráfico puede combinar múltiples canales para maximizar la cobertura y llegar a diferentes segmentos de clientes. Cada opción tiene sus ventajas y desafíos, por lo que es fundamental evaluar cuál se ajusta mejor a las necesidades y recursos de la empresa de entregas de encomiendas.

Test A/B

Mediante esta herramienta nos dará el análisis de ambas versiones diferentes de la página web, para determinar cuál de ellas tiene mejor rendimiento en objetivos específicos.

Dentro de las métricas en redes sociales orgánicas:

- Porcentaje de clics.
- Engagement activos.
- Engagements pasivos.

- Seguidores.

Lead management.

- Tasa de conversión habilitada.
- Coste por participación.
- Tasa de participación.
- Diseño de página web.
- CTA.
- Elementos de confianza.
- Opciones de entrega.

Medición de TEST A/B

El objetivo de estas pruebas es poder optimizar el sitio web o la aplicación para mejorar la satisfacción del cliente e incrementar la eficiencia operativa de la empresa MI PILOTO.

De los cuales se realizará bajo dos opciones de CTA azul y amarillo, las métricas de cada evaluación reflejará cual funciona mejor.

Los elementos a testear para las campañas de MI PILOTO:

Diseño y aplicación correcta del layout de página web.

Titulares de descripción de productos y sus contenidos.

Ubicación de imágenes, cantidad y contenido.

Modo de presentación de producto y precios.

Cantidad de textos promocionales.

Este approach cuantitativo medirá los patrones de comportamiento de visitas y proveerá insights necesarios para llegar a desarrollar soluciones.

Tabla 2

Approach cuantitativo.

CTA	M	M	MES	MES	MES	MES
MARKETING	ES 1	ES 2	3	4	5	6
Optimizaci ón de diseño de página web						
Actualizaci ón de catálogo de producto						
Publicación promocional						
Estrategia de Redes Sociales						
Publicación contenido IG						

Publicación contenido Facebook						
Campañas publicitarias						

Optimización del presupuesto para la campaña

Para aplicar eficiencia en un presupuesto, es preciso comprender las necesidades de la promoción de campaña y objetivos relacionados.

Adicional definir los 4 rubros principales tales como: equipo de trabajo, personal, investigación de mercado, ejecución de estrategia y retención de clientes.

Acuerdo con accionistas y proveedores: Condiciones favorables tanto para nuestros proveedores, clientes. Negociar precios competitivos y busca obtener descuentos por volumen. Establecer relaciones sólidas con tus proveedores puede conducir a una reducción de costos.

Análisis de costos: Incluye todos los costos que incurren en el proceso de entrega.

Tarifas de envíos: El costo logístico asociado se contempla de varios ítems:

- Peso y tamaño del paquete
- Urgencia de envío
- Zona de entregas
- Seguro y valor declarado
- Costos de competencia

Seguimiento de análisis: Probar diferentes enfoques para la comunicación con los clientes y sus estados de envío, determinar la preferencia de clientes y si de esto depende la toma de decisión del servicio.

Tecnología y automatización: Algunas de las prácticas de automatización que se han aplicado son:

- Software de entregas.
- Seguimiento en tiempo real.
- Planificación de rutas óptimas.
- Elaboración de programación a choferes
- Optimización de tiempos de entrega.
- Duración de campaña.

conjuntos de anuncios

A continuación, presentamos los conjuntos de anuncios para las distintas redes sociales, de acuerdo al respectivo segmento:

Para B2C Facebook e Instagram (Costo por Clic - CPC)

Objetivo: Aumentar las ventas de servicios de mensajería de Mi Piloto para clientes individuales.

Audiencia: Mujeres y hombres jóvenes de 18 a 35 años que residen en áreas urbanas.

Anuncio 1: Imagen de un mensajero sonriente entregando un paquete con un descuento especial. "¡Entrega rápida y segura en tus manos gracias a Mi Piloto! ¡Aprovecha un 10% de descuento en tu primer envío!"

Anuncio 2: Video corto mostrando diferentes tipos de envíos y la facilidad de usar la web de Mi Piloto. "Todo tipo de envíos al alcance de tu mano. ¡Haz click y envía ahora!"

Presupuesto diario: \$30

Duración: 2 semanas

Para B2B LinkedIn (Costo por Mil Impresiones - CPM)

Objetivo: Generar leads y aumentar la conciencia de la marca entre las empresas.

Audiencia: Profesionales de logística, compras y cadena de suministro en empresas medianas y grandes.

Anuncio 1: Imagen de un envío empresarial bien organizado con un mensaje enfocado en la eficiencia y la confianza. "Optimiza tu logística con nuestros servicios de mensajería confiables. ¡Conoce más en nuestro sitio web: www.mipiloto.com!"

Anuncio 2: Publicación patrocinada que destaca un caso de éxito de una empresa que ha mejorado su logística con la ayuda de Mi Piloto

Presupuesto diario: \$50

Duración: 2 semanas

Nombre del conjunto de anuncios

A continuación, presentamos los nombres del conjunto de anuncios de acuerdo al segmento:

Conjuntos de anuncios B2C (Facebook e Instagram, Costo por Clic - CPC):

"Envíos Express: ¡Entrega Rápida y Segura!"

"Descubre Nuestro Servicio de Mensajería"

"Oferta Especial: 10% de Descuento en tu Primer Envío"

"Conveniencia a tu Alcance: Envía desde tu Teléfono"

"Envíos Sin Preocupaciones: Confía en Nosotros"

Conjuntos de anuncios B2B (LinkedIn, Costo por Mil Impresiones - CPM):

"Logística Eficiente: Mejora tu Cadena de Suministro"

"Soluciones de Mensajería para Empresas"

"Optimiza tu Logística con Nosotros"

"Envíos Empresariales Confiables"

"Historias de Éxito: Cómo Nuestros Clientes Benefician su Negocio"

Público/segmentación

A continuación, presentamos los criterios para segmentar nuestro público:

Segmentación B2C (Facebook e Instagram):

Ubicación: Segmentaremos por ciudades o áreas urbanas donde opera Mi Piloto y donde los servicios de mensajería son más relevantes para clientes individuales.

Edad y Género: Mi Piloto se enfocará en grupos de edad específicos, como jóvenes adultos de 18 a 35 años.

Intereses: Dirigiremos los anuncios a personas interesadas en compras en línea, comercio electrónico, regalos, y temas relacionados con envíos y logística.

Comportamientos de Compra: Seleccionaremos audiencias que hayan interactuado previamente con páginas de comercio electrónico o que hayan realizado compras en línea recientemente.

Segmentación B2B (LinkedIn):

Industria: Segmentaremos por industrias específicas, como logística, cadena de suministro, comercio electrónico, minoristas y empresas que podrían necesitar los servicios de Mi Piloto.

Tamaño de la Empresa: Dirigiremos los anuncios a empresas medianas y grandes que podrían tener mayores necesidades de envíos y logística.

Cargo y Función Laboral: Mi Piloto se enfocará en profesionales de logística, compras, cadena de suministro y gerentes de operaciones que toman decisiones relacionadas con los envíos.

Ubicación Geográfica: Segmentaremos por ciudades o regiones donde deseamos enfocar los servicios de Mi Piloto.

Ubicación

Ubicaremos los anuncios en redes sociales con afluencia masiva para llegar a nuestro público, tales como Facebook e Instagram. Del mismo modo en redes sociales empresariales como LinkedIn.

Crear Anuncios

Título: Facilitamos tu entrega con opciones de compra personalizadas.

Texto del anuncio: ¿Necesitas un servicio de mensajería rápido y confiable para tu empresa? ¡Somos la solución perfecta! En Mi Piloto, ofrecemos modelos de compra flexibles que se adaptan a tus necesidades únicas.

Modelo de compra por demanda: Realiza envíos esporádicos cuando lo necesites. No hay contratos a largo plazo, solo paga por cada entrega realizada.

Modelo de compra mensual: Ahorra en costos y simplifica tu logística con nuestro plan mensual. Realiza envíos ilimitados durante todo el mes.

Modelo de compra personalizado: ¿Tienes requerimientos especiales? Nosotros nos adaptamos a tus necesidades. Diseñaremos un plan de entregas hecho a medida para tu negocio.

¡Descubre la comodidad de nuestros modelos de compra!

Contáctanos para más información.

Información de contacto:

Sitio web: [www.mipiloto.com.ec]

Teléfono: [+593 981 043 056, +593 567 098 785, (02) 603-6379]

Correo electrónico: [servicioalcliente@mipiloto.com.ec
info@mipiloto.com.ec]

Hashtags: #MensajeríaEmpresarial #EnvíosRápidos #LogísticaEmpresarial



Figura 3: publicidad empresa Mi Piloto.

Nombre del anuncio

"Entregas sin complicaciones: Descubre nuestros modelos de compra flexibles"

Creatividad

Es importante que sepamos que todas y cada una de las plataformas sociales, tienen características y audiencias únicas, por lo cual siempre será imprescindible que ajustemos nuestras estrategias, para que sea informativa, atractiva y memorable. Consideramos indispensable destacar, que la pieza fundamental para mostrar nuestro servicio y captar la

atención de los visitantes, sin duda la creatividad, la interacción constante con los seguidores y también la coherencia.

Mencionamos aquí algunas de las campañas que formarían parte de nuestro proyecto según la red social:

FACEBOOK.

Concursos y descuentos. Organizaremos concursos y lanzaremos ofertas exclusivas y por temporadas para nuestros seguidores, con esto buscamos alentar a cada cliente a que compartan sus publicaciones y aumentar nuestro alcance.

Consejos Empresariales. Compartiremos de manera constante útiles consejos de cómo optimizar la comunicación empresarial y mejorar la eficiencia con la mensajería adecuada.

Historias de éxito. Realizaremos posts de clientes satisfechos, que han utilizado los servicios de Mi Piloto, para destacar los beneficios y la eficacia de la empresa.

Tras bambalinas. En este punto lo que buscaremos es humanizar la marca, mostrar al equipo humano que está detrás de cada entrega exitosa. Esto lo haremos para crear un marco de confianza con nuestros clientes.

INSTAGRAM.

Publicaciones de Colaboración. Trabajaremos en consenso con otras empresas para crear contenido colaborativo que atraiga a ambas audiencias y genere un mayor interés.

Estilo de Vida Empresarial. Compartiremos imágenes y videos inspiradores que reflejen cómo Mi Piloto ayuda a otras empresas a alcanzar sus objetivos y cumplir con sus metas.

Hashtags creativos. Crearemos hashtags originales relacionados con Mi Piloto y animaremos a nuestros clientes a compartir sus experiencias usando esos hashtags.

Historias en Video. Utilizaremos Instagram Stories para mostrar envíos en tiempo real, para mostrar respaldo de garantías de entregas.

LINKEDIN.

Entrevistas a expertos. Realizaremos entrevistas a expertos en la industria, incluidos representantes de empresas y figuras destacadas, personalizando la marca para incorporar elementos interactivos.

Publicaciones educativas. Compartiremos contenido educativo sobre tendencias en comunicación empresarial, logística y estrategias de envío para establecernos como un líder de pensamiento en la industria de mensajería empresarial.

Historias de Clientes. Ofrecer una experiencia personalizada, podría incluir el humor para captar la atención de los usuarios y conectar con el nivel de emociones. Mi piloto ha mejorado su eficiencia y satisfacción.

Participación en Grupos. Nos uniremos a grupos relevantes en LinkedIn y participaremos activamente en discusiones para establecer conexiones con otros profesionales y generar reconocimiento de marca.

Copy

Buscamos que el copy sea lo más claro, atractivo y conciso posible, queremos que esté enfocado en destacar los beneficios y soluciones que ofrece Mi Piloto a los clientes.

Copy para el sitio web:

a) Página de inicio:

Entregamos soluciones de mensajería empresarial con precisión y rapidez. Confía en nosotros para llevar tu comunicación al siguiente nivel.

b) Página de servicios:

Nuestra gama completa de servicios de mensajería empresarial garantiza entregas seguras y oportunas para satisfacer tus necesidades logísticas. Simplifica tu comunicación con nosotros y ahorra tiempo.

c) Página "Acerca de nosotros":

Somos el motor que impulsa tu comunicación empresarial. Nuestro equipo altamente capacitado y nuestro transporte seguro garantiza resultados excepcionales para nuestros clientes.

Copy para publicaciones en redes sociales:

a) Facebook:

¡Mi Piloto conecta empresas con éxito! Nuestro servicio de mensajería empresarial está diseñado para hacer tu vida más fácil y tus comunicaciones más efectivas. #Logística #EficienciaComunicación #MensajeríaEmpresarial

b) Instagram:

Desde documentos importantes hasta paquetes delicados, nuestra empresa garantiza entregas impecables en tiempo récord. Descubre cómo podemos mejorar tu flujo de trabajo. #EntregaRápida #ComunicaciónEfectiva #MensajeríaEmpresarial

c) LinkedIn:

La comunicación fluida es clave para el éxito empresarial. Nuestra empresa de mensajería está lista para llevar tu eficiencia al siguiente nivel. Únete a nuestra red de clientes satisfechos. #MensajeríaEmpresarial #SolucionesLogísticas #ComunicaciónEstratégica

Copy para anuncios.

¿Necesitas una solución de mensajería confiable para tu empresa? Descubre cómo nuestra experiencia y dedicación pueden mejorar tus procesos logísticos. ¡Pide un presupuesto sin costo!

¡Potencia tu comunicación empresarial con nuestro servicio de mensajería eficiente! Entregas rápidas y seguras para empresas que buscan resultados inmediatos.

Revisar y publicar

Como mencionamos anteriormente, cada red social es diferente y todas tienen su particularidad, el contenido se ajustará a cada plataforma. La revisión de las campañas en redes debe ser minuciosa, para que en la publicación final se pueda evidenciar todo el trabajo realizado: la consistencia, la creatividad y la organización.

Es imprescindible al momento de revisar el contenido que todo se encuentre bien estructurado, imágenes, infografías, copy, hashtags, videos, entre otros. A hora de la revisión es fundamental detectar errores tales como errores gramaticales, ortográficos, visuales, con esto nos aseguramos que el contenido sea coherente y esté alineado a lo que queremos transmitir mediante la marca.

Debemos también programar las publicaciones que haremos, esto lo logramos utilizando herramientas de gestión de las diferentes redes sociales, para que se publique el contenido en fechas y horas deseadas. Una vez realizadas las publicaciones debemos interactuar de manera idónea con los usuarios de cada red, responder preguntas y comentarios de manera oportuna.

Software de medición

Google Analytics

La herramienta gratuita analiza la interacción de los usuarios y recopilación de datos de la página web MI PILOTO.

- Rendimiento de campañas, anuncios, conversiones y ubicaciones .
- Análisis de fuentes de tráfico

- Métricas claves, número de visitas, tasas de rebote, duración de navegación y tasa de conversión.

Las principales razones para utilizar Google Analytics son las siguientes:

Medición del tráfico: Con Google Analytics, podemos conocer el número de visitantes que llegan a nuestra web, así como la fuente de tráfico (búsqueda orgánica, redes sociales, anuncios, etc.). Esto nos permitirá identificar qué canales de marketing son más efectivos para atraer a nuestra audiencia.

Comportamiento del usuario: Podemos rastrear cómo los usuarios interactúan con nuestro contenido, qué páginas visitan con mayor frecuencia, cuánto tiempo pasan en el sitio y si realizan acciones clave como completar formularios o realizar compras. Esto nos ayudará a comprender mejor el interés y las necesidades de nuestra audiencia.

Conversión y objetivos: Google Analytics nos permite configurar objetivos y conversiones, lo que nos permitirá rastrear el éxito de nuestras campañas y actividades de marketing. Podemos medir el rendimiento de anuncios, campañas de email marketing o acciones específicas que deseamos que los usuarios realicen en nuestro sitio.

Segmentación de audiencia: La herramienta nos permite segmentar a nuestra audiencia según diferentes criterios, como ubicación geográfica, intereses o comportamiento en el sitio. Esto nos brinda una visión más profunda de quiénes son nuestros visitantes y cómo podemos personalizar la experiencia para satisfacer sus necesidades específicas.

Optimización del sitio web: Con los datos proporcionados por Google Analytics, podemos identificar áreas de mejora en nuestro sitio web, como páginas con tasas de rebote elevadas o procesos de compra complejos. Esto nos permitirá realizar ajustes para mejorar la usabilidad y aumentar la tasa de conversión.

En resumen, Google Analytics nos será de utilidad para medir y analizar el rendimiento de nuestro sitio web y nuestras estrategias de marketing digital. Nos brindará información importante que nos ayudará a tomar decisiones fundamentadas, optimizar nuestra presencia y mejorar la satisfacción de nuestros usuarios, lo que en última instancia conducirá al éxito y crecimiento de la empresa Mi Piloto.

Uso de la tecnología (pixel, tag container)

El código que se puede agregar a una página web píxel de seguimiento es una herramienta muy poderosa la cual sirve para recopilar datos sobre el comportamiento del sitio web y las campañas de marketing, así también como para optimizar la eficiencia operativa y aumentar las conversiones.

En base a todos los datos que se pueden recopilar y analizar, Mi Piloto puede tomar la información resultante para tomar decisiones y optimizar el sitio web y depende del caso, implementar nuevas y mejores estrategias de marketing.

Así mismo, el tag container es de suma importancia ya que desarrolla la gestión de etiquetas de seguimiento en nuestro sitio web, esto permite mayor flexibilidad para poder llevar a cabo cambios y actualizaciones, para conocer a las páginas que conducen.

Indicadores de desempeños: de visita, calidad y fuente

Los indicadores para visita de Mi Piloto, serán medidos por:

- Tiempo promedio de entrega de un paquete desde el momento de la solicitud hasta su destino.
- Índice de entregas exitosas en comparación con el total de envíos realizados.
- Tiempo promedio de respuesta a consultas o inquietudes de clientes
- Número de entregas por mensajero
- Índice de satisfacción del cliente con el servicio de Mi Piloto (a través de encuestas)
- Costo operativo por entrega en relación con el número de entregas realizadas.

KPI's de Calidad:

Para Mi Piloto, los KPI de calidad que se medirán serán:

- Índice de precisión de entrega, es decir entregas realizadas correctamente sin errores
- Índice de entregas a tiempo
- Índice de entregas dañadas o perdidas en tránsito

- Índice de devoluciones o rechazos por los destinatarios.
- Tiempo promedio de resolución de problemas con las entregas.

KPI's de Fuente:

Para Mi Piloto, los KPI de fuente que se medirán serán:

- Tasa de conversión por fuente
- Costo por adquisición (CPA) por fuente
- Tráfico por cada fuente como búsquedas orgánicas, anuncios pagados, redes sociales
- Tasa de rebote por fuente
- Tiempo promedio en el sitio por fuente
- ROI por fuente
- Participación en las redes sociales por fuente

Test A/B y medición

Variante A:

Título: "¡Oferta especial en envíos rápidos!"

Imagen: Mensajero sonriente entregando un paquete.

Llamado a la acción: "Comprar ahora"

Variante B:

Título: "Entregas express para tu negocio"

Imagen: Mensajero en bicicleta entregando múltiples paquetes.

Llamado a la acción: "Explorar servicios"

Pasos:

Configuración: Accedemos a la plataforma publicitaria de Facebook y creamos un anuncio. Creando dos conjuntos de anuncios idénticos, excepto por la variante que deseamos probar.

Segmentación: Audiencia en redes sociales.

Ejecución: Activando ambos conjuntos de anuncios al mismo tiempo para que sean mostrados a nuestra audiencia.

Medición: Después de un período razonable, analizamos las métricas. Observando la tasa de clics (CTR) para cada variante y compararla.

Análisis: Si una variante tiene un CTR significativamente más alto, es probable que sea la más efectiva en captar la atención de nuestra audiencia.

Optimización: Basándonos en los resultados, podemos tomar decisiones informadas para futuras campañas. Por ejemplo, si la Variante A tuvo mejor rendimiento, podríamos implementar elementos similares en futuros anuncios.

Medición del Test A/B:

Variante A:

Título: "¡Oferta especial en envíos rápidos!"

Imagen: Mensajero sonriente entregando un paquete.

Llamado a la acción: "Comprar ahora"

Variante B:

Título: "Entregas express para tu negocio"

Imagen: Mensajero en bicicleta entregando múltiples paquetes.

Llamado a la acción: "Explorar servicios"

Métricas Clave:

Tasa de Clics (CTR):

Variante A: 2.5%

Variante B: 3.2%

Tasa de Conversión:

Variante A: 4%

Variante B: 5.5%

Costo por Clic (CPC):

Variante A: \$0.35

Variante B: \$0.40

Retorno de la Inversión Publicitaria (ROI):

Variante A: 250%

Variante B: 280%

Análisis e Interpretación:

La Variante B del anuncio ("Entregas express para tu negocio") tuvo un CTR más alto (3.2%) en comparación con la Variante A ("¡Oferta especial en envíos rápidos!") (2.5%). Esto sugiere que la variante B generó más interés y motivó a más personas a hacer clic.

La Variante B también tuvo una tasa de conversión más alta (5.5%) en comparación con la Variante A (4%). Esto indica que, una vez que los usuarios hicieron clic en la variante B, tuvieron más probabilidades de realizar una acción deseada, como explorar los servicios.

Aunque el CPC de la Variante B (\$0.40) es ligeramente más alto que el de la Variante A (\$0.35), el ROI de la Variante B (280%) es mayor que el de la Variante A (250%). Esto significa que, a pesar de un costo por clic ligeramente más alto, la variante B generó un retorno de la inversión publicitaria más favorable.

Acciones Sugeridas:

Basado en los resultados, la Variante B ("Entregas express para tu negocio") superó en CTR, tasa de conversión y ROI a la Variante A. Por lo tanto, podríamos considerar priorizar y utilizar la variante B en futuras campañas publicitarias.

Continuar realizando pruebas A/B en otros elementos de los anuncios, como el texto del cuerpo, el llamado a la acción y las imágenes, para seguir optimizando el rendimiento de las campañas publicitarias.

Generación de UTM

Para realizar el seguimiento efectivo y medición de impacto de las campañas propuestas por Mi Piloto es necesario la generación de UTM. Los UTM que se van a agregar al final de las URL de los enlaces utilizados en las campañas llevarán sus nombres, brindándole información adicional a Google Analytics y otras herramientas de análisis propuestas, permitiendo conocer cuál es el origen del tráfico y con eso evaluar el rendimiento de las mismas.

Una vez definidos los objetivos y seleccionadas las redes sociales en los cuales vamos a lanzar la campaña utilizaremos la herramienta "Generación de UTM" de Google Analytics para generar fácilmente los URLs a través del siguiente enlace (<https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder/>).

RESULTADOS

A lo largo de esta tesis, se llevaron a cabo investigaciones exhaustivas y estrategias meticulosas con el fin de cumplir con los objetivos específicos establecidos para la empresa Mi Piloto. Los resultados obtenidos revelan un impacto positivo en varios aspectos clave del negocio, lo que demuestra el éxito de nuestras iniciativas.

Extensión hacia el mercado B2C: Uno de los logros más destacados de esta investigación fue la exitosa expansión de Mi Piloto hacia el mercado B2C. A través de un análisis detallado de las necesidades y preferencias de los consumidores, se diseñaron estrategias de marketing y comunicación específicas para llegar a este segmento. Como resultado, hemos experimentado un aumento significativo en la adquisición de nuevos clientes y una ampliación de nuestra base de usuarios.

Incremento en el número de usuarios en canales digitales y aplicativos móviles: La implementación de estrategias orientadas a mejorar la experiencia del usuario en nuestros canales digitales y aplicativos móviles ha arrojado resultados positivos. Hemos observado un aumento constante en el número de usuarios que utilizan estas plataformas para acceder a nuestros servicios. Esto se ha logrado a través de mejoras en la usabilidad, una interfaz más amigable y campañas de promoción efectivas.

Mejor posicionamiento orgánico de la marca: Otro logro significativo ha sido el mejoramiento en el posicionamiento orgánico de la marca Mi Piloto dentro del mercado. A través de una estrategia sólida de marketing de contenidos y SEO, hemos logrado aumentar nuestra visibilidad en los motores de búsqueda y en las redes sociales. Esto ha resultado en un

aumento en el reconocimiento de la marca y una mayor confianza por parte de los consumidores.

Mejora en la satisfacción del cliente: La atención al cliente centrada en las necesidades de nuestros usuarios ha sido una parte fundamental de nuestro enfoque. Como resultado, hemos logrado una mejora notable en la satisfacción del cliente. La retroalimentación positiva y la lealtad de los clientes existentes son indicativos de que estamos en el camino correcto.

En resumen, esta tesis ha demostrado que los objetivos específicos de extender el alcance hacia el mercado B2C, incrementar el número de usuarios en canales digitales y aplicativos móviles, y lograr un mejor posicionamiento orgánico de la marca se han alcanzado con éxito. Estos resultados respaldan la eficacia de nuestras estrategias y proporcionan una base sólida para el crecimiento continuo de Mi Piloto en el mercado.

ANEXOS

1. Elección de Empresa

- **Empresa:** Mi Piloto
- **Actividad:** Servicios de mensajería empresarial.
- **Modelo de Negocio en Internet:** Página Web, B2B, Aplicación Móvil.

2. Google Trends.

Mi Piloto busca adaptar esta herramienta gratuita, para el análisis de tendencia de nuestro buyer persona en base a palabras claves. Su motor de búsqueda estará en dos ejes el vertical, nos dará el número de búsquedas y mientras su eje horizontal representa el tiempo de búsqueda. La investigación de palabras claves será muy útil y ofrecerá no solo información para fortalecer estrategia de marketing, también permitirá conocer el comportamiento de cada tendencia geográfica. Cabe recalcar que su base de datos es en tiempo real.

Tomando en cuenta la palabra encomienda que en este caso será nuestra palabra para analizar las tendencias hacia nuestros servicios podemos ver que en este último mes desde el 28 de mayo hasta el 24 de junio de este año hay un aumento considerable en la búsqueda de este término. Siendo en una escala del 1 al 100, 100 puntos de búsqueda el pico al día de hoy.

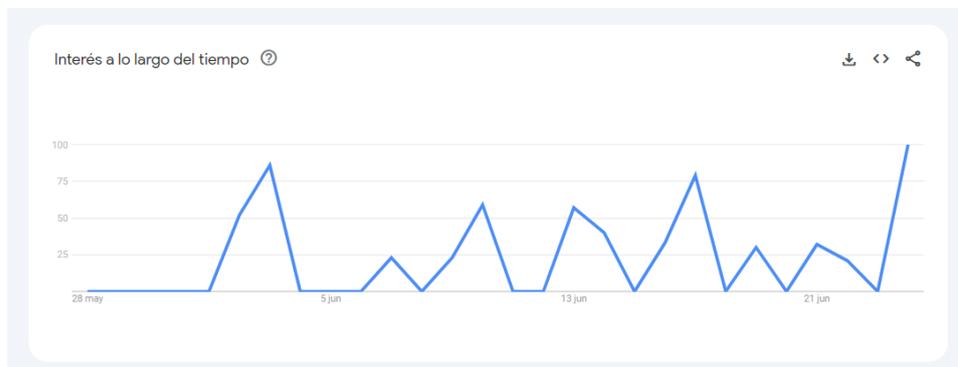


figura 4: Google Trends.

Por otro lado, podemos observar que hay más tendencia en algunas ciudades principales en el Ecuador como: Ambato, Guayaquil, Quito, Samborondón.



Figura 5: Tendencia en las principales ciudades del Ecuador.

3. Establecimiento de las “Focus Keywords” del proyecto.

Mi Piloto utilizara las siguientes palabras para posicionarse en los motores de búsqueda de manera óptima:

- Mensajería empresarial.
- Entrega de paquetes.
- Distribución de encomiendas.
- Servicios de mensajería.

- Envío seguro y rápido.
- Logística empresarial.
- Servicio de mensajería pronta y urgente.
- Servicio personalizado.
- Rastreo en tiempo real.
- Mensajería Express.
- Entrega puntual.
- Soluciones logísticas integrales.

4. Detección de competencia.

- **Servientrega:** <https://www.servientrega.com.ec/>
- **Nivel para índices y tráfico**

Para la elaboración de cumplimiento de estos factores, para la empresa de mensajería, al momento de realizar la búsqueda en Google como palabras clave “envíos de mensajería en ecuador”, la empresa Servientrega se posiciona como cuarta, después de dos anuncios patrocinados y una empresa gigante en mensajería como es FEDEX. Se puede determinar que Servientrega se encuentra dentro de las primeras opciones para el consumidor ecuatoriano para realizar sus envíos.

- **Usabilidad**

Servientrega cuenta con una página web que contiene contenido atractivo para el usuario y simplifica su manejo al contar con botones que redireccionan hacia todo trámite que se pretenda realizar, esto demuestra la usabilidad que tiene tanto su plataforma como su aplicación, la cual puede ser descargada en cualquier dispositivo móvil, sea Android o iOS, dentro de las funciones con las que cuenta su página web para el usuario, entre las más importantes destacan, la cobertura, todo lo que necesita saber el consumidor final sobre los productos que brinda la empresa, para mayor facilidad cuenta con una red de atención en línea, lo cual le brinda incluso una ventaja competitiva sobre otras empresas de mensajería.

- **Experiencia de Usuario**

Servientrega cuenta con una página web que ayuda al usuario guiándolo en completar las solicitudes que necesita mediante los pasos

1. **Solicitud y seguimiento de envíos:** Una parte fundamental de la experiencia de usuario es la capacidad de solicitar envíos de manera fácil y realizar un seguimiento del progreso de los mismos. Los clientes tienen acceso a su plataforma en línea y a su aplicación móviles, donde pueden ingresar la información del envío, como la dirección de origen y destino, y rastrear su estado en tiempo real.

2. **Servicio al cliente:** Servientrega proporciona canales de comunicación efectivos y accesibles para que los clientes puedan solventar sus inquietudes, incluir sugerencias y comentarios de mejora. Esto incluye soporte telefónico, chat en línea y correo electrónico, los representantes de servicio al cliente se manifiestan de manera amable, atenta y son capaces de brindar soluciones rápidas.

3. Cumplimiento de los plazos de entrega: Un factor crucial en la experiencia del usuario de Servientrega es la puntualidad en la entrega de los envíos. Los paquetes llegan dentro del plazo establecido y se le proporciona al cliente actualizaciones periódicas sobre el estado de sus envíos.

4. Gestión de calidad: El sistema puede brindar servicio de Servientrega también influye en la experiencia de usuario. Esto implica la manipulación adecuada de los paquetes, la integridad de los productos entregados y la atención a los requisitos específicos de cada envío, como el embalaje especial o la manipulación de productos frágiles.

- **Factores diferenciales**

Servientrega, como empresa de servicios de mensajería y logística, se distingue por varios factores que contribuyen a su diferenciación en el mercado. Aquí hay algunos factores que pueden ser considerados como diferenciales:

1. Cobertura nacional: Servientrega posee diversas sucursales y red de servicios en todo el territorio nacional en países como Colombia y Ecuador, lo que les permite ofrecer una amplia cobertura y alcance geográfico para la entrega de paquetes y documentos.

2. Variedad de servicios: Además de los servicios de mensajería y envío de paquetes, Servientrega ofrece una variedad de servicios complementarios, como envío de dinero, pagos de servicios, recargas telefónicas y servicios de comercio

electrónico, lo que brinda a los clientes opciones adicionales y conveniencia en una sola empresa.

3. Soluciones logísticas especializadas: Servientrega ofrece servicios logísticos adaptados a diferentes industrias y necesidades específicas. Esto incluye soluciones para el transporte de productos perecederos, carga pesada, logística inversa, manejo de aduanas y logística de comercio electrónico, entre otros.

4. Tecnología y seguimiento en tiempo real: Servientrega utiliza tecnología avanzada para ofrecer a sus clientes opciones de seguimiento en tiempo real de sus envíos. A través de su sitio web o aplicaciones móviles, los usuarios pueden seguir el progreso de sus paquetes, conocer su ubicación y recibir actualizaciones sobre el estado de entrega.

5. Enfoque en la atención del cliente: Servientrega se esfuerza por brindar un excelente servicio al cliente, priorizando la satisfacción del usuario. Esto implica ofrecer canales de comunicación accesibles, atención personalizada, respuesta inmediata a inquietudes y necesidades, y la resolución eficaz de inconvenientes.

6. Compromiso con la responsabilidad social: Servientrega ha demostrado un compromiso con la responsabilidad social empresarial a través de iniciativas como fomentar la educación, la responsabilidad con el medio ambiente y la promoción del desarrollo sostenible. Estos esfuerzos pueden influir en la percepción de la marca y diferenciar a Servientrega de sus competidores.

- **GTmetrix**



Performance Report for:
<https://www.servientrega.com.ec/>

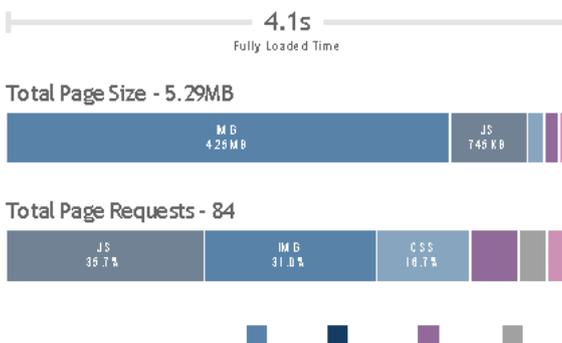
Report generated: Tue, Jun 27, 2023 7:16 PM -0700
 Test Server Location: 🇨🇦 Vancouver, Canada
 Using: 🌐 Chrome (Desktop) 103.0.5060.134, Lighthouse 9.6.4

D	Performance	Structure	L. Contentful Paint	T. Blocking Time	C. Layout Shift
	71%	61%	3.1s	45ms	0.1

Top Issues

IMPACT	AUDIT	
High	Avoid enormous network payloads <small>LCP</small>	Total size was 5.29MB
Med	Serve static assets with an efficient cache policy	Potential savings of 4.82MB
Med	Use a Content Delivery Network (CDN)	59 resources found
Med	Use video formats for animated content <small>LCP</small>	Potential savings of 303KB
Med-Low	Efficiently encode images	Potential savings of 547KB

Page Details



How does this affect me?

Today's web user expects a fast and seamless website experience. Delivering that fast experience can result in increased visits, conversions and overall happiness.

As if you didn't need more incentive, **Google has announced that they are using page speed in their ranking algorithm.**

About GTmetrix

GTmetrix is developed by the good folks at **CARBON60**, a Canadian hosting company with over 27 years experience in web technology.
<https://carbon60.com/>

Figura 6: análisis del sitio web vía GTmetrix.

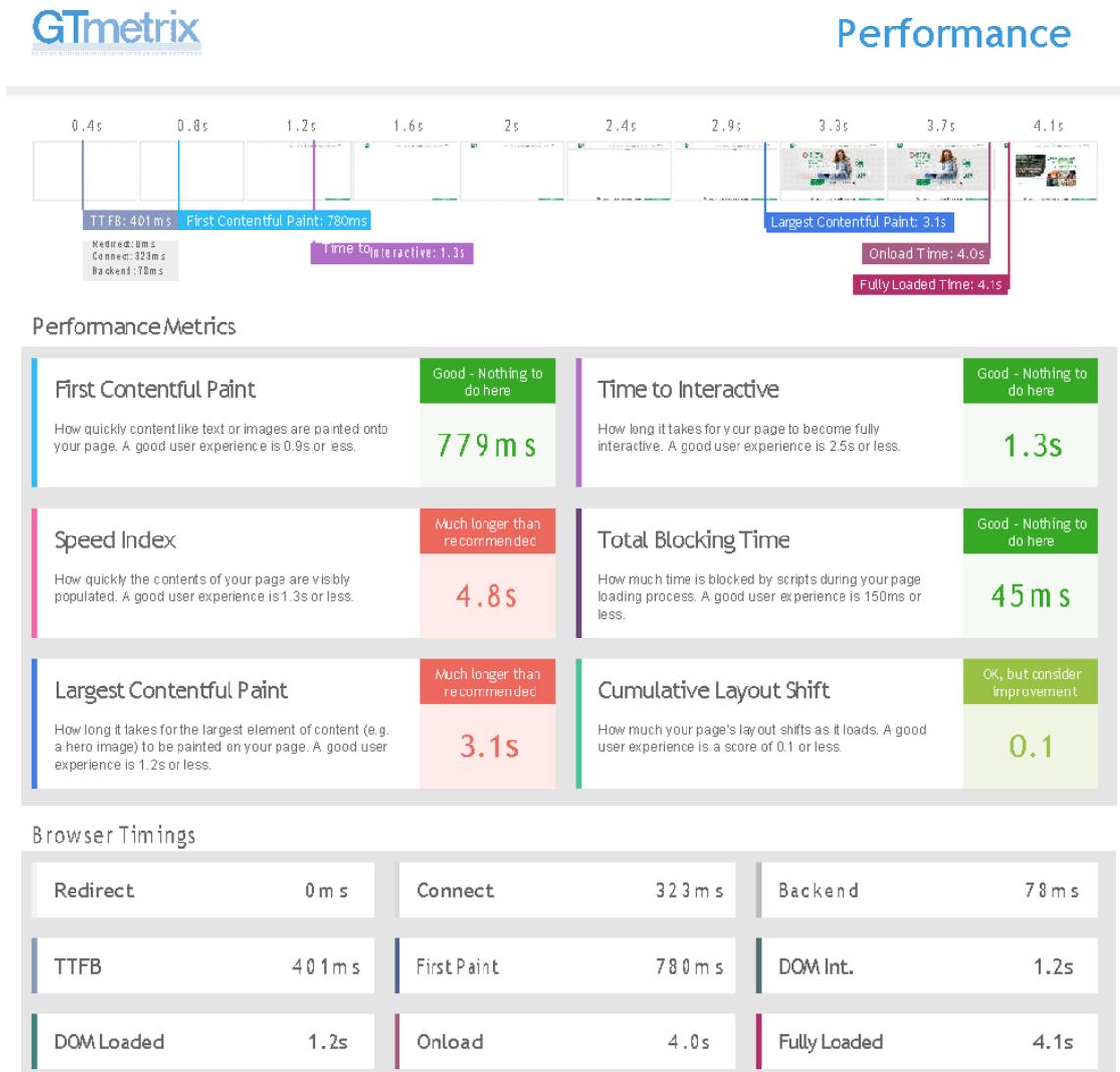


Figura 7: análisis del sitio web vía GTmetrix.

IMPACT	AUDIT	
High	Avoid enormous network payloads <small>LCP</small>	Total size was 5.29MB
Med	Serve static assets with an efficient cache policy	Potential savings of 4.82MB
Med	Use a Content Delivery Network (CDN)	59 resources found
Med	Use video formats for animated content <small>LCP</small>	Potential savings of 303KB
Med-Low	Efficiently encode images	Potential savings of 547KB
Med-Low	Defer offscreen images	Potential savings of 2.57MB
Med-Low	Properly size images	Potential savings of 234KB
Med-Low	Avoid CSS @import <small>FCP LCP</small>	1 resource found
Low	Eliminate render-blocking resources <small>FCP LCP</small>	Potential savings of 114ms
Low	Serve images in next-gen formats	Potential savings of 3.06MB
Low	Avoid large layout shifts <small>CLS</small>	4 elements found
Low	Reduce unused JavaScript <small>LCP</small>	Potential savings of 321KB
Low	Enable text compression <small>FCP LCP</small>	Potential savings of 43.0KB
Low	Avoid chaining critical requests <small>FCP LCP</small>	41 chains found
Low	Avoid an excessive DOM size <small>TBT</small>	510 elements
Low	Ensure text remains visible during webfont load <small>FCP LCP</small>	6 fonts found
Low	Avoid long main-thread tasks <small>TBT</small>	3 long tasks found
Low	Reduce JavaScript execution time <small>TBT</small>	311ms spent executing JavaScript
Low	Reduce unused CSS <small>FCP LCP</small>	Potential savings of 115KB
Low	Reduce initial server response time <small>FCP LCP</small>	Root document took 78ms
Low	Avoid serving legacy JavaScript to modern browsers <small>TBT</small>	Potential savings of 5.95KB
Low	Minify CSS <small>FCP LCP</small>	Potential savings of 21.0KB
Low	Avoid non-composited animations <small>CLS</small>	19 animated elements found

Figura 8: análisis del sitio web vía GTmetrix.

- **Nivel de Dominio de Autoridad**

Domain Authority	Linking Root Domains	Ranking Keywords	Spam Score
30	591	99	18%

Top Pages by Links

The site's most important pages based on Page Authority (PA), an algorithm of link metrics. [Learn more about Page Authority.](#)

Page/URL	PA
servientrega.com.ec/	40
www.servientrega.com.ec/	39
www.servientrega.com.ec/rastreo/multiple	34
www.servientrega.com.ec/PuntoEmision	32
www.servientrega.com.ec/index.html	31
www.servientrega.com.ec/mapa/	30
www.servientrega.com.ec/Tracking/Busqued...	29

Top Linking Domains

The top linking domains based on Domain Authority (DA), a metric which predicts ranking potential based on links. [Learn more about Domain Authority.](#)

Domain	DA
geocities.ws	89
symbaloo.com	85
roughguides.com	83
doterra.com	80
zoominfo.com	76
topwebdirectory.com	74
worldwidetopside.com	71

Figura 9: nivel de dominio de autoridad.

- **Adaptación de Mobile (Google)**

Servientrega cuenta con una página web completamente optimizada para el funcionamiento en dispositivos móviles.

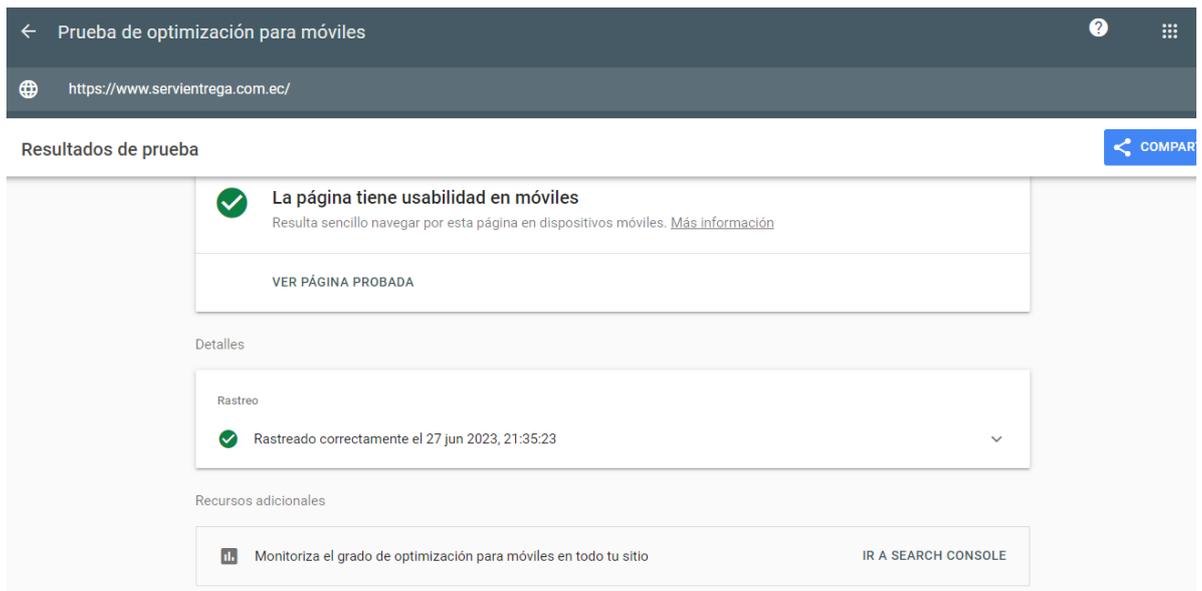


Figura 10: adaptación de Mobile.

- **Tramaco:** <https://www.tramaco.com.ec/>
- **Nivel de Indexación y tráfico**

Al realizar la búsqueda de una empresa de mensajería como "envíos de mensajería en ecuador", la página de Tramaco.com se encuentra en la posición # 28 después de dos anuncios patrocinados y veinticinco páginas más de varias empresas dedicadas a la mensajería; concluimos que al encontrarse en la posición # 28 , indiscutiblemente los usuarios se verán atraídos por otra alternativa que se les presente antes de Tramaco.com. Es esta la razón por la que debemos ser estratégicos con la aplicación tanto de SEO como de SEM.

- **Usabilidad**

Tramaco posee una página web de muy buena calidad, es bastante clara, organizada y atractiva, describe claramente sus servicios como geolocalización de puntos de atención, cotización del costo de envío, tracking de los envíos, redireccionamiento al mail e información relevante sobre la empresa y sus nueva imagen y reestructuración de sus procesos internos.

Otro detalle que impacta es un video en su página principal detallando: “Más que logística, conectamos personas” brindando seguridad a los clientes potenciales.

- **Experiencia de Usuario**

La página www.tramaco.com.ec está perfectamente ordenada, además es fácil de usar y brinda información clave de la empresa y sus servicios. Es importante destacar que en su página principal aparece de forma ampliamente visible la cotización inmediata del paquete a enviar y el rastreo de tus paquetes en tiempo real.

- **Factores diferenciales**

Al acceder a la página de tramaco.com, se observa un llamativo botón de COTIZAR AHORA, mismo que no solo atrae la atención, sino que a su vez brinda la oportunidad al usuario de comprobar cuán económicos resultan frente al mercado.



Figura 11: Cotizador online.

En su landing page, encontramos la opción de "tracking" la cual permite ingresar el número de guía y rastrear tu paquete.



Figura 12: estado del envío.

En la parte de Contacto, Tramaco invita a llenar un formulario bastante sencillo y adicional brinda la posibilidad de contactarse con ellos bajo tres modalidades: mail, WhatsApp y teléfono.

Formulario de Contacto

Hola me llamo _____ me gustaría contactarme al área de _____

Estos son mis puntos de contacto, teléfono _____ email _____

Les dejo una descripción de lo que necesito.

Enviar →

Nuestros puntos de contacto

WhatsApp Telegram Chat

Figura

13: formulario

de contacto.

Tramaco pone a disposición servicios adicionales que pueden resultar muy interesantes para sus potenciales clientes:

Servicios complementarios

Adjuntos - Entrega Certificadas

Entrega especializada de envíos con devolución de adjuntos, entregas al titular que requieran verificación o acciones adicionales.

Tiempo de Espera

Tiempo de espera con un valor por hora o fracción pasados los 10 minutos.

Picking y Packing

Preparación de productos para su distribución.

● ○ ○

Figura 14: servicios complementarios Tramaco.

- **GTmetrix**

Al ingresar la url de Tramaco <https://www.tramaco.com.ec> en GTmetrix aparece esta imagen de error:

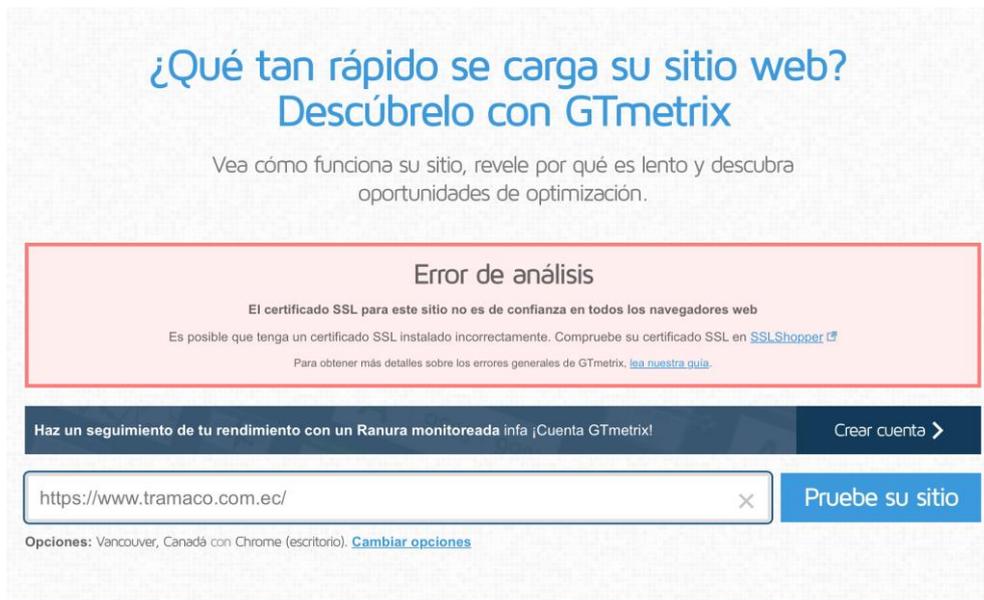


Figura 15: análisis web Tramaco vía GTmetrix.

Por este motivo para analizar y evaluar el rendimiento del sitio web se decide usar PageSpeed Insights con la cual, seguidamente, se detalla la información numérica de la compañía Tramaco con respecto a su actividad en la web:

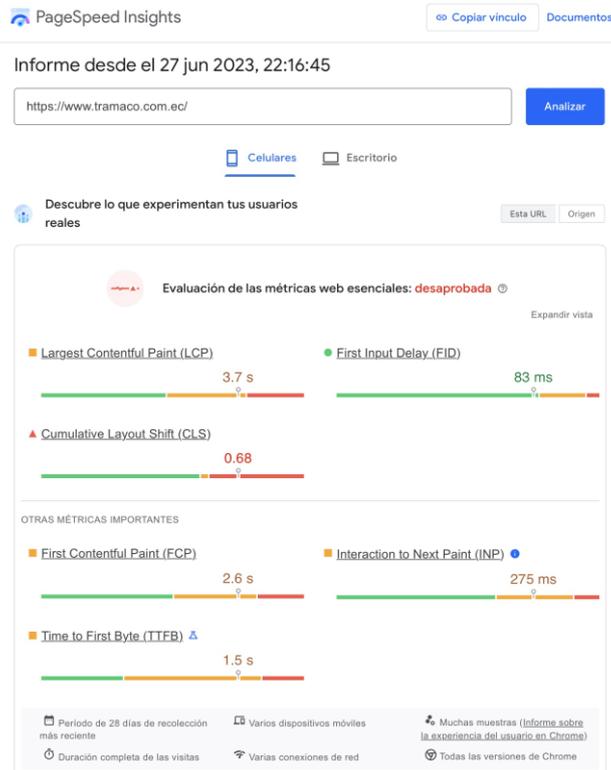


Figura 16: Comportamiento web Tramaco vía PageSpeed Insights.

Podemos apreciar que la evaluación de este sitio web en cuanto a rendimiento se refiere es bastante desalentadora, mientras que en lo que se refiere a Accesibilidad y SEO tenemos una puntuación muy buena. Lo importante es que la herramienta nos detalla los parámetros sobre los cuales debemos trabajar para mejorar nuestro rendimiento web.

- **Nivel de Dominio de Autoridad**

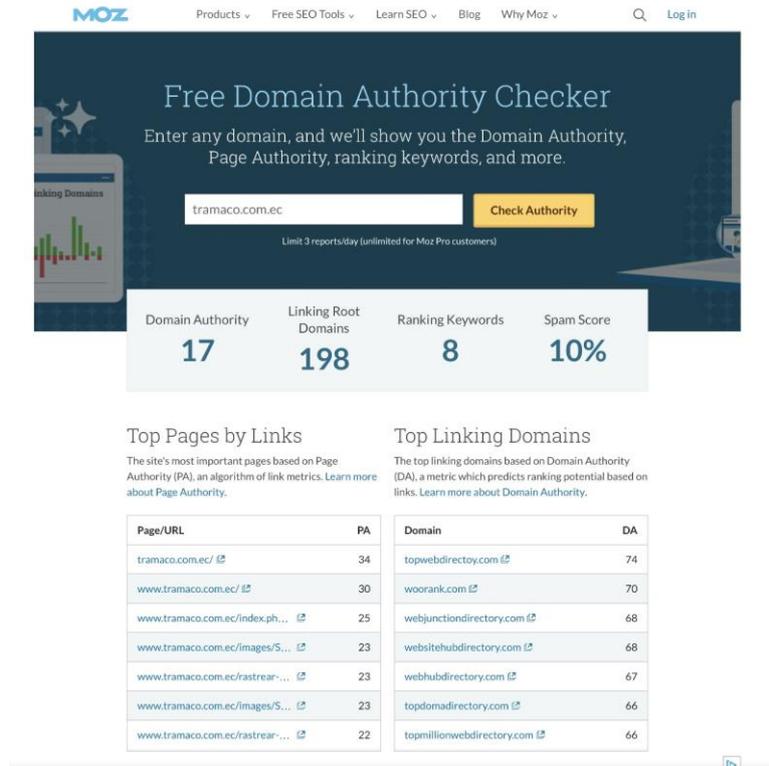


Figura 17: nivel de dominio de autoridad

- **Adaptación de Mobile (Google)**

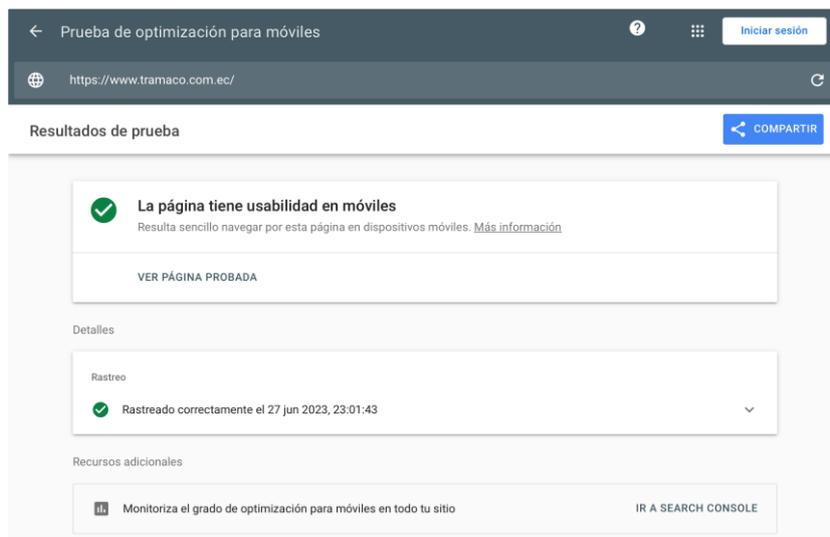


Figura 18: adaptación Mobile Tramaco.

5. Organización de categorías de productos y establecer todas las posibles vías de encontrar un producto: por uso, característica, atributos, utilidad, fabricación, etc.

Lo que buscamos para la página de Mi Piloto, es que tenga una interfaz bastante amigable con los usuarios móviles, que pueda ser considerada por tener usabilidad, un orden y diseño que lo destaquen, lo principal es facilitar la búsqueda para que ésta sea óptima. Ya que actualmente la página no cuenta con tantas facilidades para los clientes, no es nada dinámica, tan solo ofrece información general.

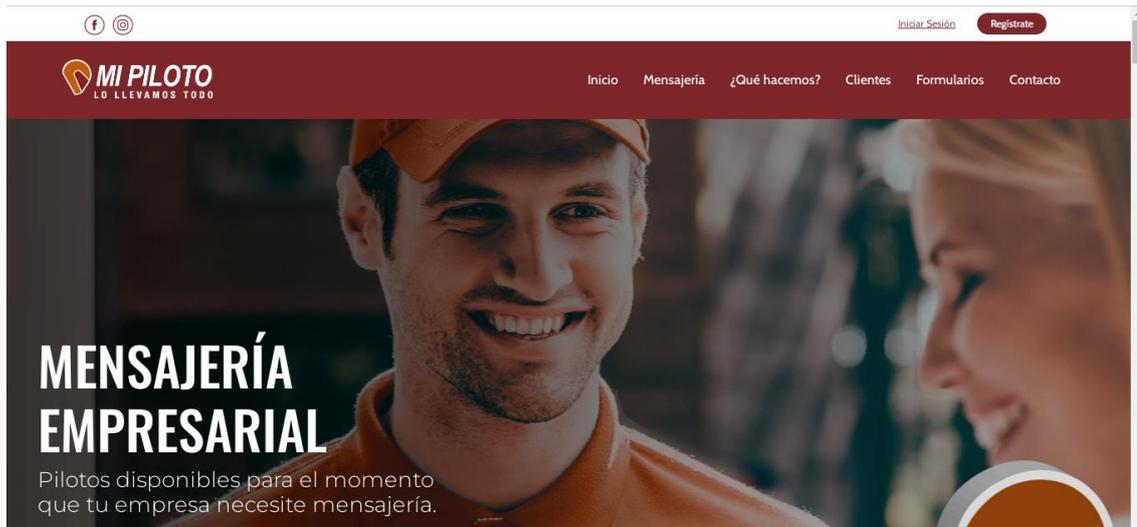


Figura 19: sitio web Mi Piloto.

Menú de navegación.

Se creará una barra de desplazamiento en la cabecera del sitio web. Puede ahorrar espacio en la pantalla usando un menú desplegable. "Inicio", "Servicios", "Buscar", "Contacto" y otras secciones relevantes se incluyen en las categorías principales.

Categorías de servicios.

Organizaremos los servicios en categorías lógicas y significativas. Categorías como "Entrega de paquetes" "Logística y gestión de inventario" "Servicio de mensajería Urgente" "Mensajería internacional", etc. Asegurándonos de que las categorías sean fácilmente accesibles desde el menú de navegación y que se muestren de forma clara en la página principal de los servicios.

Diseño Responsive.

Nos aseguraremos de que nuestro sitio web esté configurado para instrumentos inteligentes, esto significa que se adapte y se vea bien en pantallas más pequeñas. Utilizaremos un diseño responsive que se ajuste automáticamente a las dimensiones de la pantalla de cualquier dispositivo.

Búsqueda Avanzada.

Esto nos proporcionará una opción de búsqueda avanzada para que los usuarios puedan encontrar servicios según su uso, características y atributos específicos. Vamos a incluir filtros de búsqueda, como precio, servicio, tamaño de paquetes, etc. Esto ayudará a los usuarios a refinar su búsqueda y encontrar los servicios de manera más eficiente.

Atributos y etiquetas.

Vamos a utilizar etiquetas y atributos para categorizar aún más los servicios y facilitar la búsqueda al usuario. Las etiquetas, por ejemplo, pueden ser "nuevos servicios", "en oferta", "más utilizados", "entregas ágiles", etc. También agregaremos atributos como tamaño, material, capacidad, etc, dependerá mucho de los servicios que entregaremos.

Breadcrumbs.

Agregaremos breadcrumbs en la página web de Mi Piloto para que los usuarios puedan ver la ruta de navegación y volver fácilmente a las categorías anteriores. Esto proporciona una forma clara de orientarse y explorar servicios relacionados.

Optimización de velocidad.

Con esto nos queremos asegurar de que la página web de Mi Piloto se cargue rápidamente en dispositivos móviles. Optimizaremos imágenes, utilización del almacenamiento en caché y el código limpio para garantizar una experiencia de usuario bastante fluida.

Barra de búsqueda visible.

Consideramos que es importante agregar un cuadro de búsqueda visible en la página web, para que los clientes sean capaces de acceder a los servicios en cualquier momento. Esto les brinda una manera veloz de localizar lo que necesitan sin tener que navegar manualmente por todas las categorías.

Pruebas y optimización.

Finalmente realizaremos pruebas de usabilidad y optimización en diferentes dispositivos móviles para asegurarnos de que la exploración y la vivencia del cliente sean óptimas. Realizaremos ajustes según los comentarios y la interacción de los consumidores para mejorar continuamente la web de Mi Piloto.

Definir el “camino” principal de categorías: categoría principal.

La determinación para el acceso destacado de la app de MI PILOTO, será a través de Google Play App Store.

Para continuar con el proceso de registro, los usuarios deberán proporcionar información tales como:

- Nombres Completos
- Número de contacto
- Dirección de entrega
- Forma de pago

Contará con accesos dependiendo del tipo de servicio de entrega:

- Entrega urgente
- Entrega programada

Implementaremos un nuevo acceso para la verificación de nuestros usuarios, con la finalidad de conseguir un nivel mayor de seguridad. Con la suscripción de doble opt-in se validará la creación de la cuenta de una manera única.

En lugar del envío de mail para confirmación, se enviará directamente código al celular para de esta manera constatar que es una persona real está aperturando la cuenta.

Acorde a la página Questionpro, indica que el 65% de la población mundial posee actualmente teléfono móvil. Ante esta realidad es apto para adoptar este sistema de verificación.

Keywords

Enlistamos los siguientes ejemplos que nos harán un motor de investigación para mejorar el posicionamiento del portal web y atraer tráfico relevante.

- Entrega segura
- Entrega express
- Entrega a domicilio
- Entrega urgente
- Entrega programada



Figura 18: opciones de descarga Mi Piloto.

6. Organizar el trabajo diario de generación de contenidos: círculo de contenido.

Cómo vamos a planificar las tareas diarias mediante un círculo de contenido:

Investigación y planificación:

Definir objetivos de contenido para mejorar el reconocimiento de la empresa, educar a la audiencia sobre nuestra industria o generar leads, por ejemplo.

Identificar a nuestra audiencia objetivo: nuestros clientes ideales, sus requerimientos, preferencias y desafíos, al comprender a nuestra audiencia podremos generar contenido relevante.

Investigar tendencias y temas relevantes: Es necesario mantenernos al día con las últimas noticias y desarrollos en nuestro entorno empresarial. Haciendo uso de utilidades de búsqueda de términos clave para definir los temas más comunes relacionados con nuestro negocio.

Creación de contenido:

Generar ideas de contenido basándonos en investigación previa, creando una lista de posibles temas y enfoques para nuestras publicaciones.

Definir los formatos de contenidos, como post de blog, gráficos informativos, videos, programas de audio, etc.

Elaborar una agenda para poder realizar publicaciones diarias, asignando temas específicos para cada día. Esto ayudará a mantener un flujo constante de contenido y evitará la procrastinación.

Producción y distribución de contenido:

Crear el contenido: Escribir, diseñar, grabar o producir el material según los formatos seleccionados.

Optimizar el contenido asegurándonos de que la información sea de excelencia y esté optimizado para SEO, utilizando palabras clave relevantes y estructuras adecuadas.

Programar la publicación utilizando herramientas de programación para establecer fechas y horarios específicos para la publicación de los contenidos en nuestros canales de distribución.

Promoción y participación:

Compartir en redes sociales, anunciando y promocionando nuestros contenidos. Utilizando estrategias de marketing de contenidos para maximizar su alcance.

Participar en comunidades relevantes relacionadas con nuestra industria y participar activamente en ellas, compartiendo contenidos y brindando valor a los miembros.

Contestar a las críticas y preguntas manteniendo siempre una interacción asertiva con nuestra audiencia. Reaccionando a las observaciones, inquietudes y retroalimentación que recibamos en relación con nuestro contenido.

Análisis y mejora:

Realizar un seguimiento de métricas clave utilizando herramientas de estudio para evaluar la eficacia de contenidos, como el tráfico, el compromiso y las conversiones.

Analizar los resultados evaluando qué contenidos funcionan mejor y qué aspectos se pueden mejorar en nuestra estrategia.

Realizar ajustes utilizando los datos recopilados para mejorar y ajustar nuestras futuras publicaciones.

Crear tres segmentos de clientes y crear tres anuncios para búsqueda de pago.

Grupos de usuarios:

Pequeñas empresas locales: Este segmento está formado por pequeñas empresas que operan a nivel local y necesitan servicios de mensajería empresarial para entregar documentos y paquetes a sus clientes o proveedores cercanos. Suelen tener necesidades de envío regulares, pero en volúmenes más pequeños. Buscan soluciones rápidas, confiables y asequibles.

Empresas de comercio electrónico: Este segmento incluye empresas que operan en línea y venden productos a través de sistemas de e-commerce. Necesitan servicios de mensajería empresarial para enviar sus productos a nivel local, nacional e incluso internacional. Buscan una mensajería rápida, segura y rastreable para garantizar una buena experiencia de entrega a sus clientes.

Grandes corporaciones: Este segmento está compuesto por grandes corporaciones con operaciones a gran escala y una red extensa de proveedores y clientes que requieren servicios de mensajería empresarial para manejar envíos masivos, logística de cadena de suministro y distribución eficiente. Buscan una empresa de mensajería con capacidad para gestionar volúmenes elevados, cumplir con plazos ajustados y brindar un servicio personalizado.

Anuncios para búsqueda de pago:

Pequeñas empresas locales, Título del anuncio: "Servicio de mensajería empresarial local rápido y confiable" Descripción: "Entrega rápida y confiable de documentos y paquetes en tu área. Soluciones de mensajería asequibles para pequeñas empresas. ¡Contáctanos hoy mismo!"

Empresas de comercio electrónico, Título del anuncio: "Envío seguro y rastreable para tu comercio electrónico" Descripción: "Expande tu negocio en línea con nuestro servicio de mensajería empresarial. Envíos rápidos, seguros y rastreables para satisfacer las expectativas de tus clientes. ¡Descubre más!"

Grandes corporaciones, Título del anuncio: "Logística eficiente para tus operaciones empresariales" Descripción: "Gestiona tus envíos masivos y la cadena de suministro con nuestra experiencia en mensajería empresarial. Soluciones personalizadas para satisfacer tus necesidades logísticas. ¡Contáctanos para optimizar tu distribución!"

Creación de emails promocionales y de emails programáticos para la web.

Inmediatamente, se detallan dos ejemplos de emails promocionales que utilizaremos para la web de Mi Piloto, el primero está enfocado en el segmento B2B mientras que el segundo está enfocado en el segmento B2C.

Email promocional para el segmento B2B:

Asunto: ¡Aprovecha nuestra oferta especial de envío rápido y seguro!

Estimado Carlos:

En Mi Piloto, sabemos que el tiempo es un factor crucial en el mundo empresarial actual. Es por eso que queremos ofrecerte una promoción exclusiva para que experimentes nuestra rapidez y seguridad en los envíos.

A lo largo de este mes, te brindamos una reducción especial del 20% en todos nuestros servicios de envíos. Ya sea que necesites enviar documentos importantes, productos o paquetes, puedes confiar en nosotros para hacerlo de manera rápida y confiable.

Nuestro equipo altamente capacitado se encargará de recoger tus envíos y garantizar su entrega puntual en el destino indicado. Además, tendrás acceso a un sistema de rastreo en tiempo real para que tengas acceso al status de tus envíos desde cualquier lugar.

Beneficios de aprovechar nuestra oferta especial:

Envío rápido y seguro: Cumplimos con plazos de entrega ajustados para que tus envíos lleguen a tiempo y en perfectas condiciones.

Precios competitivos: Nuestra promoción especial te permite ahorrar un 20% en todos tus envíos, sin comprometer la calidad del servicio.

Rastreo en tiempo real: Mantén un control completo sobre tus envíos con nuestro sistema de rastreo en tiempo real, brindándote tranquilidad y confianza.

No pierdas la oportunidad de mejorar tus operaciones y hacer crecer tu negocio con nuestro servicio de mensajería empresarial. ¡Aprovecha esta oferta especial y contáctanos hoy mismo para comenzar a disfrutar de envíos rápidos, seguros y eficientes!

Atentamente,

Mi Piloto

www.mipiloto.com

Email promocional para el segmento B2C:

Asunto: ¡Entrega rápida y segura para tus compras en línea!

Hola Carlos,

En Mi Piloto, entendemos la emoción de realizar compras en línea y la importancia de recibir tus productos de manera rápida y segura. Es por eso que queremos ofrecerte nuestro servicio de mensajería para garantizar que tus compras lleguen a tu puerta sin contratiempos.

¿Por qué elegirnos para tus envíos?

Entrega puntual: Nos comprometemos a entregar sus paquetes lo más rápido posible, así podrás gozar de tus compras sin demoras innecesarias.

Seguridad y cuidado: Nuestro equipo de mensajeros profesionales maneja tus paquetes con el mayor cuidado, asegurando que lleguen en perfectas condiciones.

Rastreo en tiempo real: Podrás seguir el progreso de tus envíos en directo a través de nuestra plataforma de rastreo, brindándote tranquilidad y visibilidad total.

Atención al cliente excepcional: El staff de atención al usuario está listo para dar soporte a tus necesidades y brindarte asistencia personalizada en cualquier momento.

Como agradecimiento por elegirnos, te ofrecemos un descuento especial del 10% en tu primer envío con nosotros. Simplemente utiliza el código promocional "ENVIOSEGUROPILOTO1" al realizar tu reserva en línea.

No pierdas más tiempo preocupándote por tus envíos en línea. Confía en nosotros para hacer llegar tus productos directamente a tu puerta de manera rápida y segura.

¡Contáctanos hoy mismo o reserva en línea para aprovechar nuestro descuento exclusivo!

¡Esperamos poder atenderte pronto!

Atentamente,

Mi Piloto

www.mipiloto.com

A continuación, se detalla dos ejemplos de emails Programáticos que utilizaremos para la web de Mi Piloto, tanto para el segmento B2B como para el segmento B2C:

Asunto: Confirmación de envío exitoso - PDZ7147

Estimado Carlos,

Nos complace informarte que tu envío ha sido procesado exitosamente y está en camino hacia su destino final. A continuación, encontrarás los detalles de seguimiento de tu envío:

Número de seguimiento: PDZ7147

Fecha de recogida: 04 de Julio 2023

Fecha estimada de entrega: 05 de Julio 2023

Para realizar un seguimiento en tiempo real de tu envío, puedes ingresar a este vínculo: <https://www.mipiloto.com/mienvioseguro/PDZ7147>

Te recomendamos que revises regularmente el estado de tu envío para obtener actualizaciones sobre su ubicación y tiempo de entrega.

Gracias por confiar en nuestros servicios de mensajería. Estamos comprometidos con la entrega segura y puntual de tus envíos.

Atentamente,

Mi Piloto

www.mipiloto.com

Asunto: Confirmación de entrega exitosa - ¡Tu paquete ha sido entregado!

Estimado Carlos,

Nos complace informarte que tu paquete ha sido entregado correctamente en la dirección de envío especificada. Queremos asegurarnos de que estés al tanto de la entrega exitosa de tu paquete y agradecerte por confiar en nuestros servicios de mensajería.

Detalles de entrega:

Número de seguimiento: PDZ7147

Fecha de entrega: 05 de Julio 2023

Esperamos que tu experiencia de envío con Mi Piloto haya sido satisfactoria. Tu satisfacción es nuestra prioridad y nos esforzamos por brindarte un servicio confiable y de calidad.

Si tienes alguna pregunta, comentario o inquietud, no dudes en comunicarte con nuestro equipo de atención al cliente. Estamos aquí para ayudarte en cualquier momento.

Gracias nuevamente por elegirnos como tu proveedor de servicios de mensajería.

Atentamente,

Mi Piloto

www.mipiloto.com

Elegir las plataformas sociales para la publicación de contenido. Establecer el tono de la conversación y la tipología de contenido bien para todas las plataformas o bien para cada una. Añadir ejemplos de publicaciones.

Para la difusión de contenido de Mi Piloto en el segmento B2B, hay dos plataformas sociales que vamos a considerar. Estas plataformas están enfocadas en el ámbito empresarial y por lo tanto pueden ayudar a Mi Piloto a llegar al público objetivo B2B de manera efectiva.

LinkedIn: Le permitirá a Mi Piloto conectarse con profesionales, empresas y grupos relevantes para este segmento.

YouTube: Le será útil a Mi Piloto para compartir contenido visual relacionado con la mensajería empresarial. Además, podemos aprovechar las funciones de SEO de YouTube para que los videos de Mi Piloto aparezcan en los resultados de búsqueda relacionados con la mensajería empresarial.

Para la publicación de contenido de Mi Piloto en el segmento B2C, hay tres plataformas sociales que vamos a considerar. Estas plataformas están orientadas a consumidores individuales y le permitirán a Mi Piloto conectar y comunicarse con ellos de manera directa.

Facebook: compartiremos contenido relevante, como promociones especiales, consejos prácticos relacionados con la mensajería, historias detrás de escena y testimonios de clientes satisfechos.

Instagram: aprovecharemos su naturaleza visual para mostrar el lado humano de Mi Piloto y crearemos una conexión emocional con la audiencia. Compartiremos fotos y videos de los servicios, envíos destacados, contenido detrás de escena, historias de clientes y promociones exclusivas.

YouTube: compartiremos videos que muestran los servicios de Mi Piloto, demos de productos, unboxing de envíos, testimonios de clientes satisfechos y consejos prácticos.

A continuación, detallamos ejemplos con el estilo de comunicación y la categorización de contenido que utilizaremos en las redes sociales de Mi Piloto.

Para el Segmento B2B: Profesional, confiable y orientado a los negocios.

Ejemplo de publicación 1:

"¿Necesitas una solución de mensajería eficiente y confiable para tu empresa? En Mi Piloto, ofrecemos servicios de entrega rápida y seguimiento en tiempo real. ¡Ahorra tiempo y mejora tu cadena de suministro con nosotros! Contáctanos hoy mismo: www.Mipiloto.com

#Mipiloto #EntregasEficientesMipiloto

Ejemplo de publicación 2:

"Descubre cómo optimizar tus operaciones de mensajería empresarial y mejorar la eficiencia de tus entregas. En nuestro último artículo, compartimos consejos prácticos y estrategias para una logística de mensajería efectiva. ¡No te lo pierdas!

<http://Logisticamipiloto.com>

#LogísticaMiPiloto

#EficienciaEnLasEntregasMiPiloto

Para el Segmento B2C: Amigable, accesible y enfocado en las expectativas de los consumidores.

Ejemplo de publicación 1:

"¿Quieres recibir tus compras en tiempo récord? En Mi Piloto, ofrecemos entregas rápidas y seguras a tu puerta. ¡Deja que nos encarguemos de tus envíos y disfruta de una experiencia de compra sin preocupaciones! #EnvíosRápidosMiPiloto
#ComprasConvenientesMiPiloto

Ejemplo de publicación 2:

"¡Gracias a nuestros increíbles clientes por confiar en nuestros servicios de mensajería! Nos enorgullece entregar sonrisas y satisfacción a diario. ¿Quieres unirse a nuestra lista de clientes felices? ¡Haz tu pedido hoy mismo! #ClientesSatisfechosMiPiloto
#ExperienciaDeEntregaMiPiloto

Establecer las campañas de pago en Redes Sociales.

Mi Piloto hará uso de varias campañas de pago en redes sociales que servirán de manera eficaz para promocionar los servicios ofertados y por consiguiente aumentar su visibilidad para el público objetivo. Aquí hay algunas opciones a considerar:

Anuncios de búsqueda en Google: Por medio de esta campaña se utilizará Google AdWords para mostrar los anuncios en las principales respuestas de búsqueda, es decir, cuando los consumidores potenciales colocan las palabras claves relacionadas con Mi Piloto.

Con esto se logrará captar la atención de los interesados en los servicios que tengan relación con la empresa.

Publicidad en Facebook: En Facebook se crearán anuncios que sean destacados y que resalten los beneficios de los servicios de Mi Piloto, como la seguridad del envío, la rapidez y el profesionalismo de sus empleados. Además, se segmentará lo anuncios de forma detallada para llegar al público objetivo desea y a su vez se conviertan en clientes potenciales.

Publicaciones en Instagram: Para atraer a un grupo más joven manejaremos campañas en esta red, para que se logré mayor visibilidad. Se crearán anuncios atractivos, innovadores, dinámicos con imágenes o videos que muestran como son los servicios que ofrece Mi Piloto. En esta campaña será indispensable utilizar los hashtags en tendencia y las ubicaciones relevantes para llegar a nuestro público objetivo que esté buscando nuestros servicios.

De cada una de las campañas mencionadas se realizará un análisis constante que permita medir el comportamiento y ejecutar cambios de acuerdo a la necesidad.

Uso de las herramientas de analítica y establecer factores correctivos (datos que nos hagan cambiar o revisar el trabajo diario).

Para evaluar el comportamiento global del sitio y competencia, utilizaremos la herramienta de SEMRUSH.

Bajo esta métrica útil, conoceremos la tendencia de palabras claves que podemos adaptar acorde a la competencia y de esta manera dar alcance y mejorar el desempeño de la atención al usuario en la web de MI PILOTO.

Otra alternativa de implementación de herramienta es Hotjar, la información visual que brinda esta métrica podremos obtener los heats maps, el indicador que veremos será del comportamiento del usuario, si desplaza hasta el final de la página para conocer todo el contenido o el número de clic y todas sus interacciones por día, determinando enlaces y si son botones colocados estratégicamente.

La página MI PILOTO, dispondrá de formularios de ingreso para información de entrega, para el análisis de atención de experiencia del usuario; es decir que identificaremos que tan interactivo es el formulario o si presenta obstáculos al responder y presentar mejora para simplificar procesos.

La opción de recordings, entenderá la conducta del usuario mientras se mantiene en nuestro sitio web, con una duración de 6 min aprox, sabremos el tipo de interés y necesidad del usuario.

Seguimiento de embudo (Funnel tracking)

Podemos comprender y afinar el proceso de transformación de lead a cliente, todo dependerá de la herramienta de análisis.

Puntos a considerar:

Identificadores para uso de usuario

Análisis y Optimización de datos recopilados para identificar áreas de mejora.

Creación de Tabla de Presupuesto y Resultados de Plan de medios Anual

La empresa Mi Piloto tiene una meta de ventas de \$192.000 al año con una inversión de \$16.500 en plataformas en línea. El objetivo de Utilidad que buscamos es del 25% equivalente a \$48.000.

A continuación, se detalla el presupuesto para cada acción:

Tabla 3

presupuesto.

Objetivo Ventas	\$	192.000,00	Objetivo Magen %	25%	Objetivo Magen €	\$	48.000,00	Objetivo Plan	\$	16.107,50	
Presupuesto	\$	16.500,00	Gasto Presupuesto	\$	16.000,00						
RRHH	2 par										

Acción	Descripción y Recursos	Presupuesto Año	Media Mes	Objetivos Ventas	Objetivos %	Impactos	CTR	Clics / Visitas	Coste	CTR Interno	Compradores	Margen Medio	Ventas	CPA	MB	ROI	
SEO	RRHH PARA OPTIMIZAR PAGINA WEB	\$ 2.500,00	\$ 208,33	\$ 42.240,00	22%	80.000,00		4%	3.200	\$ 2.500,00	4%	128,00	\$ 40,00	\$ 5.120,00	\$ 19,53	\$ 2.620,00	16%
SEM	RECURSOS MONETARIOS EN GOOGLE F	\$ 1.800,00	\$ 150,00	\$ 17.280,00	9%	60.000,00		2%	1.200	\$ 420,00	4%	48,00	\$ 40,00	\$ 1.920,00	\$ 8,75	\$ 1.500,00	9%
Newsletter	RRHH PARA MANEJAR BOLETINES ENVI	\$ 1.200,00	\$ 100,00	\$ 9.600,00	5%	15.000,00		1%	150	\$ -	4%	6,00	\$ 40,00	\$ 240,00	\$ -	\$ 240,00	2%
Display	RECURSOS MONETARIOS PARA BANNE	\$ 2.000,00	\$ 166,67	\$ 19.200,00	10%	80.000,00		2%	1.600	\$ 2.000,00	4%	64,00	\$ 40,00	\$ 2.560,00	\$ 31,25	\$ 560,00	4%
Portales	RRHH PARA ADMINISTRAR PORTALES	\$ 1.500,00	\$ 125,00	\$ 13.440,00	7%	100.000,00		1%	1.000	\$ 300,00	4%	40,00	\$ 40,00	\$ 1.600,00	\$ 7,50	\$ 1.300,00	8%
RRSS	RRHH PARA ADMINISTRAR RRSS	\$ 2.000,00	\$ 166,67	\$ 19.200,00	10%	120.000,00		2%	1.800	\$ 2.000,00	4%	72,00	\$ 40,00	\$ 2.880,00	\$ 27,78	\$ 880,00	6%
RRSS Pago	RECURSOS MONETARIOS PARA RRSS	\$ 3.500,00	\$ 291,67	\$ 57.600,00	30%	130.000,00		2%	1.950	\$ 292,50	4%	78,00	\$ 40,00	\$ 3.120,00	\$ 3,75	\$ 2.827,50	18%
Promo	RRHH PARA PROMOCIONAR	\$ 1.500,00	\$ 125,00	\$ 13.440,00	7%	120.000,00		4%	4.800	\$ 1.500,00	4%	192,00	\$ 40,00	\$ 7.680,00	\$ 7,81	\$ 6.180,00	39%

SEM	Display	Portales	RRSS	Newsletter					
CPC \$	0,35	CPM \$	200,00	CPC \$	0,30	CPC \$	0,15	CPC \$	-
CTR	2%	CTR	1%	CTR	1%	CTR	2%	CTR	1%
CTR Interno	10%	CTR Interno	4%	CTR Interno	4%	CTR Interno	4%	CTR Interno	4%
Ratio \$	35,00	Ratio \$	200,00	Ratio \$	30,00	Ratio \$	15,00	Ratio \$	-
CPA \$	3,50	CPA \$	40,00	CPA \$	6,00	CPA \$	3,00	CPA \$	2,00

Mi Piloto ha desarrollado el Plan de Medios de acuerdo a la planificación a continuación:

Tabla 4

Cronograma de plan de medios.

Periodicidad	Enero			Febrero			Marzo			Abril			Mayo			Junio			Julio			Agosto			Septiembre			Octubre			Noviembre			Diciembre					
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3
SEO	3				3				3				3				3				3				3				3				3						
SEM	2				2				2				2				2				2				2				2				2						
Newsletter	2				2				2				2				2				2				2				2				2						
Display	2				2				2				2				2				2				2				2				2						
Portales Reco	1				1				1				1				1				1				1				1				1						
RRSS	3				3				3				3				3				3				3				3				3						
RRSS Pago	3				3				3				3				3				3				3				3				3						
Promo	1				1				1				1				1				1				1				1				1						

De acuerdo al cronograma, las interacciones de No Pago como SEO serán publicadas 3 veces por semana, Newsletter será presentado 2 veces por semana durante la primera y la tercera semana del mes, la Promoción se ejecutará 1 vez al mes y Redes Sociales no pagadas 3 ocasiones por semana. A su vez, las interacciones Pagadas como SEM serán pautadas 2 ocasiones por semana, Display 2 veces a la semana y Redes Sociales de pago será pautado 3 veces por día en las distintas plataformas. Para estas decisiones también se ha tomado en cuenta los meses de ventas bajas como son enero por inicio de año y los meses de septiembre por vacaciones mientras que el mes de octubre por reinicio de clases. Nuestro Cronograma de

Plan de Medios va atado a la inversión que vamos a hacer en cada uno, considerando lo estratégicos que resultan para Mi Piloto.

Inmediatamente, detallamos las diferentes interacciones que Mi Piloto realizará de acuerdo con su Asignación de Recursos, Meta de Ventas, Número de Impresiones, Tasa de Clics CTR, Visualizaciones, Costo por Adquisición CPA, Conversiones y Utilidad.

Interacciones a desarrollar en función del Cronograma de Plan de medios

Newsletter: Este contenido abarca actualizaciones en los servicios de Mi Piloto, consejos para optimizar envíos, novedades en Logística, ofertas y descuentos especiales.

Display: Este contenido abarca imágenes de envíos eficientes, banners con soluciones personalizadas, videos cortos sobre logística eficiente, mapas interactivos en tiempo real de rastreo y seguimiento de los paquetes.

Redes Sociales: Este contenido orgánico abarca posts tanto de mensajería tanto B2B como B2C, a través de Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok y YouTube. Los contenidos serán acerca de soluciones de mensajería empresarial (B2B), Tips y consejos logísticos, imágenes y videos de envíos exitosos, testimonios y reseñas de clientes de Mi Piloto, contenido educativo, actualizaciones y promociones, etc.

Redes Sociales de Pago: Este contenido abarca publicaciones en TikTok con desafíos de envío creativos que contengan música y efectos especiales, además compartiremos videos de entregas emocionantes realizadas por un influencer como sorpresa. En YouTube

compartiremos historias detrás de escena sobre el proceso que se vive detrás de la entrega de paquetes y compartiremos testimonios de clientes satisfechos.

Promociones: cómo se puede apreciar, nuestra oferta se ejecutará una vez al mes.

Bibliografía

piloto, m. (s.f.). *mi piloto*. Obtenido de mipiloto.com.ec

Trends, G. (25 de Agosto de 2023). Obtenido de <https://trends.google.com/trends/explore>

builder, C. U. (20 de Julio de 2023). Obtenido de Campaign URL builder: <https://ga-dev-tools.google/campaign-url-builder/>

Morlan, A. (17 de Mayo de 2019). *TodopatuWeb*. Obtenido de

<https://www.todopatuweb.net/news/crear-popups-html-con-o-sin-plugins/>

Marketing, a. &. (23 de Agosto de 2023). *MailChimp*. Obtenido de <https://mailchimp.com/>

google.com. (20 de agosto de 2023). Obtenido de

<https://support.google.com/webdesigner/answer/3184833?hl=>

colores cítricos. (20 de Agosto de 2023). Obtenido de

<https://paletasdecolores.com/tag/colores-citricos/>

EUROPEA, U. (28 de Febrero de 2023). Obtenido de

<https://universidadeuropea.com/blog/ecosistema->

WEARECONTENT. (06 de Diciembre de 2022). Obtenido de

<https://www.wearecontent.com/blog-comunidad/tips-consejos-para-freelacers/tono-de-comunicacion>

Olafson, K. (s.f.). *Hootsuite*. Obtenido de <https://blog.hootsuite.com/es/kpis-de-redes-sociales/amp/>

Santiago, I. (2019). *LDM Marketing Digital y Business Intelligence*. Obtenido de <https://www.latamdigitalmarketing.com/blog/compra-programatica/amp/>

Giraldo, V. (14 de Mayo de 2021). *Rockcontent*. Obtenido de

<https://rockcontent.com/es/blog/inbound-marketing/#:~:text=El%20Inbound%20Marketing%2C%20tambi%C3%A9n%20llamado,a%20un%20proceso%20de%20compra>

Wilches, J. (2023). *x3media*. Obtenido de [http://inbound-](http://inbound-marketing.xtresmedia.com/blog/estrategias-de-conversion-la-teoria-y-la-practica-30-ejemplos#:~:text=Teor%C3%ADa%20de%20las%20estrategias%20de%20conversi%C3%B3n&text=En%20definitiva%2C%20las%20estrategias%20de,cliente%20que%20necesita%20ser%20fid)

[marketing.xtresmedia.com/blog/estrategias-de-conversion-la-teoria-y-la-practica-30-ejemplos#:~:text=Teor%C3%ADa%20de%20las%20estrategias%20de%20conversi%C3%B3n&text=En%20definitiva%2C%20las%20estrategias%20de,cliente%20que%20necesita%20ser%20fid](http://inbound-marketing.xtresmedia.com/blog/estrategias-de-conversion-la-teoria-y-la-practica-30-ejemplos#:~:text=Teor%C3%ADa%20de%20las%20estrategias%20de%20conversi%C3%B3n&text=En%20definitiva%2C%20las%20estrategias%20de,cliente%20que%20necesita%20ser%20fid)

Tramaco. (s.f.). *TMC Grupo Tramaco*. Obtenido de <https://www.tramaco.com.ec>

PageSpeed Insights. (agosto de 2023). Obtenido de <https://pagespeed.web.dev>

