

ESTRATEGIA PARA EL CURSO DE ENFASIS DE LA OPCION DE GRADO

PROPUESTA DE EMPRESA EFOCADA EN EL MARKETING DIGITAL

“DIGITAL IMAGE”

ALEJANDRO JOSÉ VIVEROS REBOLLEDO

COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

FACULTAD DE HUMANIDADES

FREDY ALFONSO TORO CABRERA

Resumen.

En este proceso de propuesta para la sustentación de opción de grado que se basa en el curso de énfasis (diplomado) en el que se abordaron gran variedad de normativas y temáticas que complementan un proceso de marketing digital adecuado, nos enfocaremos en uno de estos temas aprendidos en el mismo para exponer una propuesta que se tenía pensada desde el inicio del ya mencionado proceso educativo seleccionado como la opción de grado.

Este documento explicará la propuesta impulsada por los conocimientos adquiridos en este curso de énfasis en marketing digital, utilizando como ponto inicial uno de los temas abordados, esta propuesta se desarrollará en el uso técnicas de posicionamiento, crecimiento y fidelidad de marca a través de la herramienta *StaruUps* para una empresa emergente que desea enfocarse en prestar servicios de creación de estrategias o propuestas de marketing (Digital Image) para empresas. Exponiendo las ventajas que esta herramienta puede otorgarle a este tipo de empresas, dándole un valor agregado a sus índices de calidad.

Planteamiento del Problema.

Al paso de los últimos años, el marketing digital y las estrategias de gestión de publicidad y posicionamiento de marca en redes sociales y medios digitales es una corriente que ha tomado un gran espacio en los puestos de trabajo de todas las empresas en la actualidad, esto se ha convertido en una característica de vital importancia para la visualización y expansión de la imagen de una marca o empresa. Esta situación generó el siguiente cuestionamiento:

En esta era digital donde la gran cantidad de las empresas utilizan de forma masiva los medios digitales y redes sociales para expandir y posicionar sus marcas, ¿Cómo se puede implementar una estrategia original de marketing para posicionar la marca y los servicios que ofrece “Digital Image”?

Justificación.

Por esta razón la propuesta que se va a exponer en este documento es la formación de una empresa publicitaria (Digital Image) enfocada en las estrategias de marketing digital para el posicionamiento y expansión de imagen de marca en los medios digitales. La cual se centra primordialmente en el uso de la herramienta de marketing conocida como Startup para generar una estrategia de irrupción en el mercado y crecimiento exponencial, basándose en dos (2) pilares fundamentales para este proceso:

- Posicionamiento de marca.
- Estándares de calidad.

Estas dos ideologías servirán como base para realizar un correcto proceso de marketing digital con el fin de generar una sostenibilidad y viabilidad para la prosperidad y correcto funcionamiento de los servicios prestados por “Digital Image”.

Objetivos.

Objetivos generales.

- **Crear y posicionar la marca “Digital Image” en el departamento del Cauca.**

Objetivos Específicos.

- **Crear estrategias sostenibles para el crecimiento de la marca “Digital Image”.**
- **Desarrollar los planes o servicios que ofrece la marca “Digital Image”.**
- **Obtener de clientes potenciales.**

Marco Teórico.

Startups.

Definición:

Una Startup “es una organización humana con gran capacidad de cambio, que desarrolla productos o servicios, de gran innovación, altamente deseados o requeridos por el mercado donde su diseño y comercialización están orientados completamente al cliente. Esta estructura suele operar con costos mínimos, pero contiene ganancias que crecen exponencialmente, mantiene una comunicación continua y abierta con los clientes, y se orienta a la masificación de las ventas” (Pablo Golan, 2022, p.1).

Función:

“Cada Startup está respaldada por una idea de negocio online que busca simplificar procesos y trabajos complicados, con el objetivo de que el mercado tenga una experiencia de uso simplificada y fácil” (Pablo Golan, 2022, p.1).

Posicionamiento de Marca.

Definición:

“Se trata de un proceso integral y amplio, que involucra tanto visibilidad como conexión con los usuarios y que solo es posible impulsarlo si se comprende el segmento de mercado y los potenciales clientes” (Juan Andrés Corrales, 2021, p.1).

Función:

El posicionamiento “tiende a situar o posicionar, la imagen de un determinado producto en un lugar tal que aparezca los usuarios o consumidores reuniendo las mejores características ya tributo satisfaciendo las necesidades de estos” (Ricardo Barrón Araoz, 2000, p.1).

Metodologías:

Las metodologías que se va implementar para llevar a cabo este proceso de creación de “Digital Image” bajo la categoría de una Startup, realizando un proceso de posicionamiento de marca generando altos estándares de calidad en los servicios ofrecidos, para producir una relación de fidelidad con los posibles clientes futuros son:

- Un proceso de investigación del mercado analizando las competencias directas para la empresa.
- Seguido de esto, realizar la estrategia de posicionamiento de la “Digital Image” a través de medios digitales como las redes sociales.
- Por último, realizar la búsqueda de clientes de alto nivel que permitan demostrar la buena calidad de los servicios prestados por “Digital Image”.

Cronología.

En este apartado se realizará un proceso de clasificación cronológica de las metodologías organice de forma ordenada los procesos necesarios para el correcto desarrollo de la propuesta de la marca “Digital Image”.

No.	ACTIVIDAD	MESES (Máximo 2)							
		1				2			
1	Análisis de competencia	X	X						
2	Posicionamiento de la marca			X	X	X			
3	Convenios con clientes de alto nivel					X	X	X	X

Implementación de la propuesta:

Como se expuso anteriormente, la propuesta que se va desarrollar será crear una empresa (Digital Image) bajo la modalidad de Startup, para garantizar un crecimiento exponencial de la misma con el fin de generar una marca autosustentable en el mercado de prestación de servicios de desarrollo de estrategias de marketing digital para empresas de cualquier tipo.

Por lo tanto, como primer objetivo la marca durante las primeras dos semanas, es realizar un proceso de análisis del mercado de servicios de desarrollo de estrategias publicitarias y de marketing digital para así definir las posibles competencias que la empresa pueda tener, generando un conocimiento clave del entorno, generando las habilidades suficientes para saber cómo operar de forma innovadora y cometer la menor cantidad de errores posibles.

Ya al tener el conocimiento de que el mercado al que la marca apunta en la ciudad de Popayán está en crecimiento y son pocos los posibles rivales, y debido a que “Digital Image” es una marca en creación que requiere de un proceso de crecimiento y posicionamiento de la misma con el fin de generar clientes potenciales y una fidelidad de los mismos hacia la marca, este proceso va a realizar durante las semanas posteriores y tendrá una duración de tres semanas en el que a través de las redes sociales por medio de publicidad con contenidos variados (piezas gráficas, colaboraciones con pequeños y medianos emprendimientos, contenido audiovisual), realizando pautas publicitarias para garantizar que el contenido visual de la marca tenga un gran alcance mostrando la calidad de los servicios que ofrece “Digital

Image” como marca. Como resultado de esta primera estrategia se espera llegar a una cantidad de no menos de mil clientes potenciales (seguidores en redes sociales).

Por último realizando otro proceso de 3 semanas completando así dos meses y ya con una alto numero de clientes adquiridos por “Digital Image” a través del proceso de posicionamiento inicial realizado primordialmente en la ciudad de Popayán, el siguiente paso es vincular a “Digital Image” con una o dos empresas de una gran popularidad en la ciudad mostrándole los distintos servicios de marketing que la marca ofrece, esto con el fin de mostrar los altos estándares de calidad que posee “Digital Image” al momento de prestar sus servicios. Estos clientes de alto nivel para la ciudad con los que la marca buscaría como objetivo generar convenio pueden ser las siguientes:

- Campanario Centro Comercial.
- Yamaha ServiMotos.
- Banco de la mujer.

Estas vinculaciones con estas tres empresas o algunas de ellas, buscan que la marca “Digital Image” tengan como resultado la consolidación, fidelización y crecimiento total de la marca con el fin de expandirla por todo el territorio caucano y nacional.

Bibliografía.

Pablo Golan. (2022). Qué es una Startup – Significado y Conceptos Básicos. <https://www.shopify.com/es/blog/14934065-hablemos-sobre-startups-que-son-sus-caracteristicas-e-importancia>

Juan Andrés Corrales. (2021). Guía de posicionamiento de marca: como consolidar la fuerza de tu empresa en el mercado consumidor. <https://rockcontent.com/es/blog/posicionamiento-de-marca/>

Dr. Ricardo Barrón. (2000). El Posicionamiento – una estrategia de éxito para los negocios. <https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/quipukamayoc/2000/segundo/posicionamiento.htm#:~:text=El%20posicionamiento%20tiende%20a%20situar,el%20objetivo%20principal%20del%20marketing.>