

PLAN DE MARKETING DIGITAL
OFIMUEBLES POPAYÁN S.A.S

HAMILTON ESTEBAN CARVAJAL CRUZ
LEYDI MARIBEL RUIZ MIRANDA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA COMFACAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
POPAYÁN, CAUCA
ABRIL DE 2024

**PLAN DE MARKETING DIGITAL
OFIMUEBLES POPAYÁN S.A.S**

HAMILTON ESTEBAN CARVAJAL CRUZ
LEYDI MARIBEL RUIZ MIRANDA

IX SEMESTRE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Mg. MARIA ALEJANDRA ALBAN LARA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA COMFACAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
POPAYÁN, CAUCA
ABRIL DE 2024

Tabla de contenido

Contenido

Introducción.....	7
Justificación.....	8
Objetivos	9
Objetivo general	9
Objetivos específicos	9
1. Descripción De La Empresa.....	10
Datos Generales De La Empresa.....	10
Antecedentes De La Empresa	11
Clasificación De La Empresa	11
Organigrama de la empresa	12
Productos Y/O Servicios De La Empresa.....	13
Segmento De Cliente De La Empresa.....	13
Competencia Para La Empresa.....	15
2. Modelo De Negocio Y Diagnostico Empresa / Proyecto De Empresa / Idea De Negocio.20	
2.1 Modelo De Negocio De La Empresa	20
2.2 Diagnóstico De La Empresa	20
2.3 Misión Y Visión De La Empresa	22
2.3.1 MISIÓN.....	22
2.3.2 VISIÓN.....	22
3. Imagen Corporativa De La Empresa.....	23
3.1 Logotipo.....	23
3.2 Colores Corporativos	23
4. Actividades De Mercadeo Electrónico A Desarrollar Para La Empresa.....	24
4.1 Sitio Web (Web Site).....	24
4.1.1 Análisis De La Situación Actual	24
4.1.2 Objetivo.....	29
4.1.3 Estrategia.....	29
4.1.4 Plan De Acción.....	31
4.2 Posicionamiento En Motores De Búsqueda Web (Search Engine Optimization - Seo)	
.....	32
4.2.1 Análisis De La Situación Actual	33
4.2.2 Objetivo.....	35

4.2.3 Estrategias.....	36
4.2.4 Plan De Acción.....	38
4.3 Marketing En Motores De Búsqueda Web (Search Engine Marketing - Sem).....	39
4.3.1 Análisis De La Situación Actual	39
4.3.2 Objetivo.....	39
4.3.3 Estrategia.....	39
4.3.4 Plan De Acción	46
4.4 Marketing Por Correo Electrónico (Email Marketing)	47
4.4.1 Análisis De La Situación Actual	47
4.4.2 Objetivo.....	53
4.4.3 Estrategia.....	53
4.4.4 Plan De Acción	54
4.5 Marketing En Redes Sociales (Social Media Marketing)	56
4.5.1 Análisis De La Situación Actual	56
4.5.2 Objetivo.....	66
4.5.3 Estrategia	67
4.5.4 Plan De Acción	73
5. Cronograma De Ejecución Del Plan De Mercadeo Electrónico (1 Año)	74
6. Presupuesto Global Del Plan De Mercadeo Electrónico	74
Conclusiones.....	75
Bibliografía	76

Tabla de ilustraciones

Ilustración 1 Organigrama Popayán S.A.S	12
Ilustración 2 Exhialambres S.A.S	15
Ilustración 3 Impocauca	16
Ilustración 4 Utilgráficas.....	17
Ilustración 5 Dscauca S.A.S.....	18
Ilustración 6 Cauca Muebles Popayán	18
Ilustración 7 Imagen Corporativa Ofimuebles Popayán S.A.S.....	23
Ilustración 8 Rendimiento página web Ofimuebles.....	26
Ilustración 9 Rendimiento para teléfonos y computadores en el sitio web.....	27
Ilustración 10 Página Web Actual de Ofimuebles.....	28
Ilustración 11 Proyección de página web.	32
Ilustración 12 Histórico mensual de página web	34
Ilustración 13 Vistas de página web.	35
Ilustración 14 Búsqueda Ofimuebles en Google	42
Ilustración 15 Proyección Campaña Display	44
Ilustración 16 Mediciones de Campaña 1 - Email Marketing	49
Ilustración 17 Campaña 1 Email Marketing	49
Ilustración 18 Mediciones de Campaña 2 - Email Marketing	51
Ilustración 19 Campaña 2 Email Marketing	51
Ilustración 20 Video promocional Campaña 2	52
Ilustración 21 Proyección Campaña de Email Marketing	55
Ilustración 22 Red social Facebook	58
Ilustración 23 Logos Ofimuebles.....	60
Ilustración 24 Red social Instagram.....	62
Ilustración 25 Red social TikTok.....	63
Ilustración 26 Bienvenida - WhatsApp Business.....	65
Ilustración 27 Red social empresarial WhatsApp Business.....	66
Ilustración 28 Proyección Nuevo Logo Ofimuebles.....	67
Ilustración 29 Anuncio Facebook Ads.....	72

Tabla de tablas

Tabla 1 Modelo de negocio Ofimuebles Popayán S.A.S	20
Tabla 2 Diagnóstico de Ofimuebles Popayán S.A.S.....	20
Tabla 3 Plan de Acción Página Web.....	31
Tabla 4 Plan de acción - Posicionamiento en motores de búsqueda web SEO	38
Tabla 5 Plan de acción - Marketing en motores de búsqueda web SEM.....	46
Tabla 6 Mediciones campaña de Email Marketing 1.....	47
Tabla 7 Mediciones campaña de Email Marketing 2.....	50
Tabla 8 Plan de acción - Marketing por correo electrónico.....	54
Tabla 9 Plan de acción - Marketing en redes sociales	73
Tabla 10 Cronograma de ejecución a 1 año	74
Tabla 11 Presupuesto Global	74

Introducción

El mundo empresarial se encuentra en un entorno donde la competencia y digitalización se hacen cada vez más visibles, donde los avances tecnológicos día a día se ven reflejados en toda la sociedad, y es necesario estar a la vanguardia con las nuevas herramientas para tener una empresa paralela a las nuevas tendencias que ofrece el mercado.

La necesidad de implementar procesos de marketing digital dentro de las organizaciones se vuelve imprescindible para tener un crecimiento y posicionamiento adecuado frente a la competencia por tal motivo el presente plan ofrece un enfoque estratégico que se adapta a las necesidades de la empresa Ofimuebles Popayán S.A.S, buscando aprovechar al máximo todas las oportunidades que se encuentran en el campo digital del mercado e impulsando al óptimo desarrollo, posicionamiento y consolidación de la empresa Ofimuebles Popayán S.A.S en el sector mobiliario del departamento del Cauca.

Justificación

En la actualidad, el mundo empresarial se ha enfrentado a diversos retos que han llevado a la transición de las organizaciones tradicionales a ecosistemas digitales, adaptándose a la gran burbuja de la globalización.

Dentro de este contexto, las empresas han buscado explorar y adaptarse de muchas maneras a estos nuevos retos digitales, donde la presencia en los mercados digitales, determina el éxito o el fracaso de la organización, por lo tanto las empresas buscan enfocarse en los medios digitales para dar a conocer los bienes y servicios que ofrecen, expandiéndose de esta manera en el mercado y aumentando su porcentaje de rentabilidad.

En primera instancia proyectar una propuesta del plan de marketing digital con fin de aumentar significativamente la rentabilidad, atraer, fidelizar clientes y aumentar la visibilidad de los productos y servicios en el mercado, contribuyendo así al crecimiento y posicionamiento de la empresa Ofimuebles Popayán S.A.S., permitirá expandir notablemente el alcance y visibilidad en el mercado local y nacional, teniendo previstas diversas estrategias de marketing digital, que se adecuen a las necesidades de la organización, abarcando de esta manera su base de clientes potenciales y su posicionamiento dentro del mercado.

La propuesta de marketing digital permitirá proporcionar amplios recursos y herramientas que permitan conectar al cliente con la empresa de una manera más asertiva, como por ejemplo a través del uso de redes sociales, página web y correo electrónico entre otras plataformas digitales, Ofimuebles Popayán S.A.S podrá conocer de cerca los intereses, necesidades, gustos y preferencia, generando así conexiones a largo plazo, y confianza en la marca.

Finalmente, se realizará un análisis al ecosistema digital de la empresa Ofimuebles Popayán S.A.S, donde se obtendrán datos de relevancia, que permitan evaluar de manera precisa el rendimiento y la efectividad de la empresa, identificando las oportunidades de mejora de la organización, dándole de esta manera herramientas a la empresa para tomar decisiones estratégicas que permitan impulsar el éxito y competitividad dentro del mercado.

Objetivos

Objetivo general

- Proyectar una propuesta de plan de marketing digital con fin de aumentar significativamente la rentabilidad, atraer, fidelizar clientes y aumentar la visibilidad de los productos y servicios en el mercado, contribuyendo así al crecimiento y posicionamiento de la empresa Ofimuebles Popayán S.A.S.

Objetivos específicos

- Realizar la contextualización de la empresa Ofimuebles Popayán S.A.S
- Realizar análisis de la situación actual de marketing digital de la empresa.
- Establecer estrategias de mercadeo electrónico adecuadas para implementar en la organización.

1. Descripción De La Empresa

Datos Generales De La Empresa

La empresa Ofimuebles Popayán S.A.S, bajo la dirección de Lizeth Melisa Pérez Gaitán y ubicada en POPAYAN Cauca en la Calle 5N #9-15 barrio Loma Linda, se destaca dentro del mercado por su amplio catálogo de servicios, que está comprendido desde el suministro hasta la instalación y mantenimiento mobiliario. Con un firme compromiso en brindar soluciones integrales tanto para hogares como para espacios de oficina de una manera personalizada, la empresa se distingue por la creación de ambientes decorativos e innovadores que garantizan confort y seguridad.

La organización se caracteriza por la calidad de sus productos lo que le ha dado una reputación en el mercado. Los clientes confían en la empresa no solo por su oferta de mobiliario, sino también por su contribución a mejorar la productividad y la comodidad de los empleados y empresas.

A medida del tiempo, OFIMUEBLES POPAYAN S.A.S. ha diversificado su portafolio, pasando de ofrecer inicialmente sillas giratorias y vidrios, a una amplia gama de productos, que incluyen escritorios, archivadores, divisiones de oficina, cortinas, persianas, vinilos, estructuras en aluminio y ofreciendo conjuntamente sus servicios de adecuación eléctrica de algunos de los productos ofrecidos.

La empresa se diferencia por su eficiencia operativa y su servicio al cliente, lo que facilita la creación y equipamiento de espacios acogedores tanto en hogares como en oficinas. La entrega de los productos o de servicios se realiza directamente por personal calificado y/o través de distribuidores autorizados, de esta manera generando confianza en las transacciones financieras y garantizando el cuidado óptimo de los elementos de mobiliario.

Antecedentes De La Empresa

La empresa Ofimuebles Popayán S.A.S fue legalmente constituida en el año 2019 en tiempos de pandemia del Covid-19, inicialmente incursionó en el mercado ofreciendo vidrios de seguridad y sillas giratorias; con el transcurso del tiempo, la empresa analizó las nuevas oportunidades que el mercado ofrecía, y aprovechando el contexto empresarial y económico de la ciudad, la organización optó por diversificar y adaptar su portafolio de servicios para conquistar nuevos mercados de equipos mobiliarios para oficinas y hogares.

Debido al crecimiento en las ventas y a la expansión en el mercado, la organización tuvo la necesidad de adquirir una sede física en la ciudad de Popayán, con propósito de gestionar eficientemente cada uno de los departamentos como los administrativos, operativos, y de ventas, facilitando así un mejor funcionamiento empresarial.

En cinco años de operación, la organización ha logrado alcanzar el cumplimiento de sus objetivos iniciales, reflejado en el aumento del porcentaje de ventas e ingresos de la empresa en el último año. En la actualidad Ofimuebles Popayán S.A.S oferta una diversa gama de productos y servicios en el mercado, estos van desde la instalación y mantenimiento de equipos inmobiliarios, hasta la fabricación y venta de los mismos, contando con más de 200 referencias disponibles para equipar empresas, hogares y otro tipo de organizaciones.

Por otra parte la empresa cuenta con un talento humano altamente calificado, quien ha permitido el crecimiento durante todo el transcurso de crecimiento de Ofimuebles Popayán S.A.S; El equipo humano ha experimentado un crecimiento significativo, pasando de 3 a 9 empleados, con 5 trabajando directamente para la empresa y 4 bajo modalidad de prestación de servicios.

Ofimuebles Popayán S.A.S actualmente continúa su proceso de mejora continua, manteniendo su compromiso con las organizaciones, brindándoles cada día productos de excelente calidad, generando espacios de confort, seguridad, y elegancia a su mercado objetivo para de esta manera contribuir a la economía local, del país y así alcanzar más metas y éxitos

Clasificación De La Empresa

La empresa Ofimuebles Popayán S.A.S se encuentra ubicada en el departamento del Cauca, específicamente en el municipio de Popayán, su principal actividad económica es el

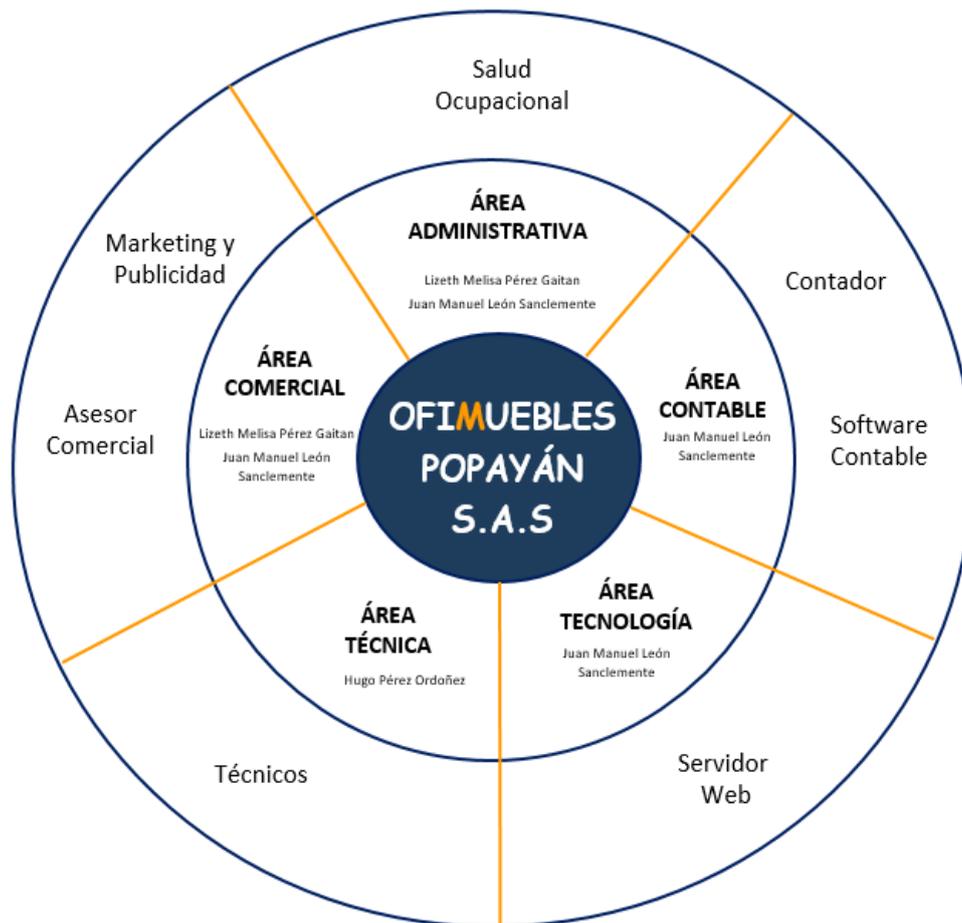
suministro, instalación y mantenimiento de una amplia variedad de equipo mobiliario para hogares y oficinas.

La organización trabaja bajo denominación de Sociedad por acciones simplificadas y se encuentra categorizada según las Normas internacionales de información financiera, como una empresa perteneciente al grupo 3, que hace relación al segmento de micro empresas; Esta clasificación es otorgada de esta manera, pues la organización cumple con los parámetros establecidos en la normativa antes mencionada.

Por otro lado, es imprescindible recalcar el compromiso que tiene la empresa frente al cumplimiento de todas sus obligaciones con el estado, pues se encuentra debidamente legalizada en su registro ante la Cámara de comercio y cumple oportunamente con los requerimientos de un importante órgano como es la DIAN.

Organigrama de la empresa

Ilustración 1 Organigrama Popayán S.A.S



Fuente: Ofimuebles Popayán S.A.S

Productos Y/O Servicios De La Empresa

Ofimuebles Popayán S.A.S ofrece una diversa gama de productos y servicios de equipo mobiliario para hogares, oficinas y organizaciones, diseñados para satisfacer las necesidades y requerimientos del público objetivo. Dentro del catálogo se pueden encontrar sillas giratorias diseñadas para brindar comodidad y ergonomía en largas jornadas laborales, así como una amplia selección de escritorios que combinan funcionalidad y estilo para adaptarse a diversos espacios de trabajo.

Además de eso la empresa ofrece sistemas de almacenamiento, paneles corredizos, persianas, divisiones de oficina, adecuación a recepciones y mantenimiento, instalación y suministros para oficina y hogar, permitiendo así equipar adecuadamente diversos espacios de sitios de trabajo entre otros.

Los productos y servicios se caracterizan por brindar calidad, confort y ergonomía adaptándose a las tendencias actuales del mercado, elaborando algunas referencias con materias primas importadas y otras de proveedores de materias primas nacionales, caracterizándose siempre por brindar servicios integrales a los clientes y contando con excelentes estándares de diseño y calidad.

Segmento De Cliente De La Empresa

La segmentación del mercado por parte de la empresa Ofimuebles Popayán S.A.S se encuentra dirigida hacia el segmento de las siguientes empresas y sus variables de segmentación son las siguientes:

- Microempresas y startups
- Corporaciones establecidas
- Profesionales independientes y autónomos
- Instituciones educativas
- Entidades públicas

Segmentación geográfica:

Ofimuebles Popayán S.A.S actualmente tiene su línea de operaciones en la ciudad de Popayán, departamento del Cauca, Colombia; La organización está rodeada de un clima templado excepcional, el cual permite brindar atractivo a locales y turistas, y favoreciendo la llegada de nuevas áreas de mercado en el municipio y la región.

Las zonas de interés de Ofimuebles se encuentran delimitadas dentro del mismo municipio y en sus alrededores, dependiendo de la ubicación y necesidad del cliente para ello se enfocan en abarcar áreas empresariales, de hogar e instituciones del estado, donde se pueda brindar los productos y servicios que la misma ofrece.

Segmentación Demográfica:

Edad: Ofimuebles Popayán S.A.S dirige sus productos y servicios a personas entre los 25 y 50 años aproximadamente.

Género: La organización no considera relevante la definición de género para el adecuado desarrollo de su actividad de mercado.

Nivel educativo: Aunque no es tenida en gran consideración, se podría determinar que la dirección a nivel educativo es realizada a clientes potenciales con educación profesional en algunos casos con el propósito de apoyo a sus entornos empresariales propios.

Estado civil: Es una variable no tan relevante pues los clientes potenciales están catalogados en líneas como: Casados o solteros.

Segmentación Psicográfica:

Estilos de vida: Ofimuebles Popayán S.A.S está relacionado con clientes que buscan en los productos o servicios, el debido profesionalismo e innovación en los proyectos deseados, y esperan tener buena eficiencia y funcionalidad de lo adquirido para su entorno laboral.

Intereses: Los clientes de Ofimuebles Popayán S.A.S suelen estar relacionados en un entorno empresarial (empresas, microempresas, emprendimientos) ya sea del entorno gubernamental o social, pero siempre en miras de desarrollos de mercados.

Valores: En Ofimuebles Popayán S.A.S se valoran aspectos como la honestidad, el respeto y el compromiso en cada una de sus labores llevadas a cabo y ofrecidas al cliente.

Segmentación socioeconómica:

Ingresos: Los clientes potenciales de la empresa Ofimuebles Popayán S.A.S cuentan con ingresos de nivel medio a nivel alto, pues ellos son quienes realizan los procesos de inversión de equipos mobiliarios para sus empresas u oficinas. Otro de los grupos está catalogado en el sector gubernamental, donde los recursos provienen del mismo.

Educación: No es una variable fundamental, pero parte de sus clientes potenciales cuentan con estudios en niveles profesionales, los cuales, al desarrollar sus ideas de negocio, requieren del apoyo de equipos mobiliarios para sus oficinas u hogares.

Ocupación: Los clientes de Ofimuebles Popayán S.A.S están catalogados como pertenecientes al ámbito empresarial, entre ellos se encuentran los empresarios, microempresarios y emprendedores; quienes optan por la adecuación pertinente de sus espacios de trabajo.

Segmentación Conductual:

Frecuencia de compra: Los clientes de Ofimuebles Popayán S.A.S o posibles clientes potenciales pueden realizar las compras en momentos claves como: inicio de un nuevo negocio, expansión del negocio, renovación de equipos mobiliarios existentes o el uso de algún servicio específico.

Grado de lealtad a la marca: El propósito de Ofimuebles Popayán S.A.S es establecer relaciones duraderas a mediano y largo plazo con los clientes, su forma de realizarlo es a través de la prestación de servicios de calidad y productos de calidad; otra de sus formas es realizando procesos de fidelización del cliente.

Finalmente cabe recalcar que la empresa ofrece soluciones flexibles y económicas, lo que puede ser clave para aquellas empresas en crecimiento que buscan obtener equipos mobiliarios con el distintivo Calidad - Precio y también gracias a su capacidad de adaptación, se acogen a demandas de clientes con altos estándares de calidad y diseño, cómo instituciones de educación, instituciones del estado y otros.

Competencia Para La Empresa

Competidores directos

1. Exhialambres S.A.S:

- **Logo**

Ilustración 2 Exhialambres S.A.S



- **Productos:**

Fábrica y venta de muebles metálicos y en madera para el sector comercial, empresarial, educativo y hogar, dotaciones hospitalarias y montajes de restaurantes y panaderías.

- **Dirección y contacto:**

Se encuentra ubicada en la ciudad de Popayán en la Cra. 8# 6 25 Centro.

Teléfono: 310 390 2137

- **Ventaja competitiva:**

Oferta de muebles para oficina y hogar, disponibilidad inmediata de ciertos productos.

2. Impocauca

- **Logo**

Ilustración 3 Impocauca



- **Productos**

Comercialización de productos de papelería, útiles escolares, mobiliario, tecnología, equipo médico especializado, suministros de aseo y fabricación de equipos de oficina y hogar.

- **Dirección y contacto:**

Cra 11 # 2N - 18 Barrio modelo Popayán

Teléfono: 3135987824

- **Ventaja competitiva:**

Cuenta con 13 años de experiencia y trayectoria en el mercado, calidad de productos excelencia en el servicio y amplia cobertura en el territorio colombiano.

3. Utilgráficas

- **logo:**

Ilustración 4 Utilgráficas



- **Productos:**

Empresa dedicada al comercio al por mayor de elementos de papelería, aseo, y fabricación de equipos de oficina y hogar.

- **Dirección y contacto:**

Ubicada en la ciudad de Popayán Cl. 7 #10a-16 Centro

Teléfono: 315 498 7713

- **Ventaja competitiva:**

Venta de papelería y elementos escolares y de oficina, cuenta con una buena ubicación.

4. Dscauca S.A.S

- **Logo:**

Ilustración 5 Dscauca S.A.S



- **Productos:**

Empresa especializada en la comercialización de muebles (para oficinas, cafeterías, instituciones educativas, hospitales, y accesorios ergonómicos), suministros varios, dotaciones para empresas y arquitectura.

- **Dirección y contacto:**

Popayán Cauca - Calle 73 N 57-5 piso 1

Teléfono: 317 640 3628

- **Ventaja competitiva:**

Diseño, fabricación y comercialización de muebles para oficina, cafeterías, instituciones educativas, hospitalarias, etc.

5. Cauca-Muebles Popayán

- **Logo:**

Ilustración 6 Cauca Muebles Popayán



- **Productos:**

Ofrece todo tipo de muebles tanto para el hogar como para oficinas, ofrece servicios y productos de buena calidad a los mejores precios, además puedes pagar con facilidades de pagos a créditos

- **Dirección y contacto:**

Cauca muebles está ubicado en la ciudad de Popayán, carrera 9 #12a30, Popayán- Colombia

Teléfono: 310 460 5008

- **Ventaja competitiva:**

Disponibilidad de mueblería para el hogar y oficinas, facilidades de pago, a nivel digital en búsquedas, ocupa los primeros lugares referente a equipos mobiliarios.

2. Modelo De Negocio Y Diagnostico Empresa / Proyecto De Empresa / Idea De Negocio

2.1 Modelo De Negocio De La Empresa

Tabla 1 Modelo de negocio Ofimuebles Popayán S.A.S

FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FACTORES INTERNOS	<ul style="list-style-type: none"> • (O1) Negociación con los proveedores. • (O2) Políticas ambientales y de gobierno. • (O3) Aplicación de tecnologías para la producción. • (O4) Marketing digital. • (O5) Ampliación del portafolio de productos y servicios. • (O6) Oportunidad de capacitación. 	<ul style="list-style-type: none"> • (A1) Cambio de divisa (dólar). • (A2) Inflación. • (A3) Nuevos competidores. • (A4) Cambio en políticas nacionales e internacionales. • (A5) Cambio climático • (A6) Cierres Viales.
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
<ul style="list-style-type: none"> • (F1) Imagen corporativa. • (F2) Capacidad gerencial. • (F3) Fuerza del producto. • (F4) Lealtad y satisfacción del cliente. • (F5) Baja rotación interna. • (F6) Variedad de productos 	<ul style="list-style-type: none"> • (F2-O5) Estrategia de desarrollo de nuevos servicios. • (F1-O4-O1) Mejora de la imagen corporativa. • (F4-O5) Satisfacción extendida del cliente. • (F5-O53) Talento estable, producción innovadora. • (F3-O2) Fuerza del producto políticas ambientales. • (F1-O4) Dar a conocer nuevos productos o servicios de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • (F1-A1) Diversificación de mercados internacionales. • (F4-A2) Desarrollo de estrategias de fidelización. • (F2-A5) Prevención de dificultades.
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<ul style="list-style-type: none"> • (D1) Análisis estratégico. • (D2) Evaluación y pronóstico del tiempo. • (D3) Portafolio de servicios. • (D4) Manejo y control de inventarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • (D1-O6) Mejora del análisis estratégico. • (D4-O3) Optimización del control de inventarios. • (D3-O5) Diversificación de servicios. • (D1-O6) Capacitación constante. 	<ul style="list-style-type: none"> • (D3-A1) Diversificación de proveedores. • (D2-A4) Mejora continua de la evaluación y pronóstico del entorno. • (D4-A6) Prevención de eventos de este tipo.

Fuente: Documento estudiantil Ofimuebles Popayán S.A.S - Unicomfacauca

2.2 Diagnóstico De La Empresa

Tabla 2 Diagnóstico de Ofimuebles Popayán S.A.S

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON CLIENTES	SEGMENTO DE CLIENTE

<p>Se buscará alianzas con:</p> <p>Entidades Financieras: Para obtener recursos para las operaciones de la empresa</p> <p>Empresas de logística y reparto: Encargadas de realizar el traslado de los productos hacia el destino final.</p> <p>Proveedores nacionales: Proporcionan la materia prima de alta calidad para la fabricación de los equipos mobiliarios.</p> <p>Talento humano especializado: Para diseño de productos de decoración y ensamblaje de los equipos mobiliarios.</p> <p>Asesoramiento en marketing y soporte de software: Para los canales de ventas y mantenimiento de la infraestructura digital.</p>	<p>-Las actividades clave de Ofimuebles tienen que ver con el diseño y la creación de sus muebles desde el diseño hasta la fabricación así mismo -Evaluar los precios de la competencia, organizar una área de gestión de proveedores, área de Personal, y contabilidad.</p>	<p>Proporcionar equipos mobiliarios modernos y personalizados según las necesidades de los clientes, teniendo en cuenta las tendencias actuales para oficinas, hogares entre otras, permitiendo que una mayor cantidad de clientes puedan acceder a los productos, y brindar así calidad en los servicios y productos ofrecidos por la empresa.</p>	<p>-Atención de clientes por llamadas telefónica, correos, WhatsApp business, -Solicitudes por medio de la página web. Entregas a domicilio. - Asesorías gratuitas y descuentos por compras para mayoristas y Constructoras. -Resolución de inquietudes de manera oportuna, haciendo que el cliente se sienta Satisfecho.</p>	<p>Pymes: oficinas, despachos entre otros, que necesitan muebles funcionales a precios asequibles</p> <p>Grandes empresas: mobiliario para atender necesidades en oficina con personalización y confort.</p> <p>Instituciones educativas, hospitales, viviendas</p>
	<p>RECURSOS CLAVE</p> <p>Recursos físicos: cuenta con las infraestructuras necesarias como, del taller de producción de los muebles y las oficinas principales.</p> <p>Recursos tecnológicos: página web, redes sociales</p> <p>Recursos humanos: se dividen en dos áreas; operativa y la parte organizacional. Todo el personal en las diferentes áreas cuenta con la capacitación necesaria para desempeñar sus funciones.</p>		<p>CANALES</p> <p>Redes sociales: Facebook, instagram, Tiktok. A través de estos canales, la organización puede interactuar de una forma más personalizada con los clientes, conocer sus inquietudes, y atender a cuáles son sus opiniones acerca de sus productos y sus servicios.</p> <p>Página web: Ofrece la posibilidad de que los clientes puedan hacer la cotización de los equipos mobiliarios y tener contacto directo y asesoramiento con la empresa.</p> <p>Oficina principal: Asesoramiento, muestra de catálogo producto.</p>	
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>Los costes más importantes que Ofimuebles debe asumir son:</p> <p>Logística y transporte de materias prima y productos</p>		<p>FUENTE DE INGRESOS</p> <p>La principal fuente de ingresos de Ofimuebles S.A.S es la venta de muebles para oficina para diferentes instituciones, empresas y hogares a través de su página</p>		

terminados. Manufactura de los muebles Pago a proveedores de Materias primas Pago a trabajadores Arriendo de instalaciones Pago de impuestos	web, redes sociales y punto físico empresarial. Por otro lado, obtiene otro porcentaje de ingresos, por el mantenimiento de algunos muebles y otro tipo de instalaciones.
---	--

Fuente: Elaboración propia

2.3 Misión Y Visión De La Empresa

2.3.1 MISIÓN

Brindar soluciones integrales a cada una de las necesidades de los clientes, ofreciendo diversidad de productos y servicios en el suministro, instalación, mantenimiento y adecuación eléctrica de equipos mobiliarios para hogares y oficinas; ofreciendo de esta manera productos de alta calidad y un servicio excepcional que garantice la satisfacción del cliente final.

2.3.2 VISIÓN

Ser líderes reconocidos en el año 2028 a nivel departamental por ser una empresa integral en la prestación de servicios y productos, ofreciendo con profesionalismo, calidad, respeto, compromiso y honestidad cada uno de sus servicios, destacándose por estar a la vanguardia en el campo mobiliario y la innovación, satisfaciendo de esta manera, cada una de las necesidades de los clientes.

3. Imagen Corporativa De La Empresa

3.1 Logotipo

Ilustración 7 Imagen Corporativa Ofimuebles Popayán S.A.S



3.2 Colores Corporativos

Azul éter: relacionado al confort, es un color juvenil que inspira confianza y seriedad.

Blanco: Destaca el nombre de la empresa, ofreciendo un contraste perfecto que permite diferenciarlos al resto de la competencia.

Naranja: Permite reflejar profesionalismo y dinamismo en su área, destaca en su letra “M” el oficio de la empresa en el área mobiliaria.

4. Actividades De Mercadeo Electrónico A Desarrollar Para La Empresa

4.1 Sitio Web (Web Site)

4.1.1 Análisis De La Situación Actual

Haciendo un análisis por la página web de Ofimuebles Popayán S.A.S se pueden identificar varios aspectos a tener en cuenta para poder mejorar su eficiencia, credibilidad y experiencia, para este análisis se tuvieron en cuenta características como el diseño, la navegación, el contenido, la velocidad de carga de la página web. Las anteriores características podrían afectar la experiencia del usuario, la capacidad de la empresa para generar confianza, dificultad para promover sus productos de manera efectiva y así mismo la conversión de la compra.

A continuación se destacarán algunos de los aspectos más importantes a mejorar, los cuales se tendrá en cuenta para posteriormente aplicar acciones para optimizar la página web.

4.1.1.1 Descripción de la empresa:

En la pestaña “ Quiénes somos”, se presenta como una empresa caucana que brinda soluciones mobiliarias para hogares y para oficinas, sin embargo la descripción que se tiene actualmente es muy breve y muy general, lo cual dificulta que los clientes comprendan la actividad económica que se desarrolla, así mismo falta especificar los beneficios que se tienen a la adquirir los productos como por ejemplo: garantía y durabilidad, personalización de los muebles, tendencia de los muebles y ergonomía.

a) Historia y/o valores de la empresa:

Al realizar una exploración dentro de las pestañas de la página web, se encuentra que dentro del apartado “Quiénes somos”, además de una breve descripción de la empresa, no se encuentra una sección para la historia, los valores y principios que respaldan la actividad económica lo cual dificulta considerablemente la conexión entre el cliente y la empresa.

4.1.1.2 Información insuficiente sobre los productos y servicios:

En los diferentes pestañas se pueden encontrar los diferentes productos como escritorios, sillas giratorias, archivadores, escritorios, persianas, divisiones entre otros productos, no obstante no se proporciona una descripción detallada o aproximada como

por ejemplo: en las sillas giratorias, el ancho, el alto, la capacidad de carga de la silla, el modelo, materiales entre otras; Así mismo ofrecer más detalles de lo muebles que se construyen a medida, como lo materiales, y modelos disponibles.

a) Información de devoluciones de producto y pagos:

De la misma manera no hay información acerca de servicio de instalación, toma de medidas para los muebles personalizados y asesoramiento; También carece de información acerca de envíos, acuerdos e instrucciones en caso de devolución de producto y diferentes métodos de pago.

4.1.1.3 Formulario de cotización:

En el sitio web incluye un formulario de cotización el cual es muy básico lo cual genera confusión debido a la falta de instrucciones y solicitud información como por ejemplo: medidas del mueble, color, fecha de entrega del producto, modelo; debido a esto se retrasaría el proceso de brindar información a cliente y así mismo retrasaría el proceso de producción y finalización de la compra.

4.1.1.4 Diseño, rendimiento, optimización y navegación:

Por otro lado se aborda el segmento del diseño visual de la página el cual es muy simple, lo cual presenta una oportunidad de mejora para reestructurar el diseño con colores alusivos a los de la marca, mejorar con una restauración del menú asimismo reorganizar la imágenes de los productos para poder generar una navegación de una forma más intuitiva y amigable para el cliente objetivo.

4.1.1.5 Optimizaciones para celulares:

Dentro del análisis se encuentra que la página web no podría estar optimizada completamente para dispositivos móviles lo que podría generar una experiencia deficiente para los clientes que accedan desde sus celulares inteligentes, lo anterior afectará considerablemente a la visualización y obtención de información para poder realizar las cotizaciones o las compras.

a) Rendimiento y velocidad:

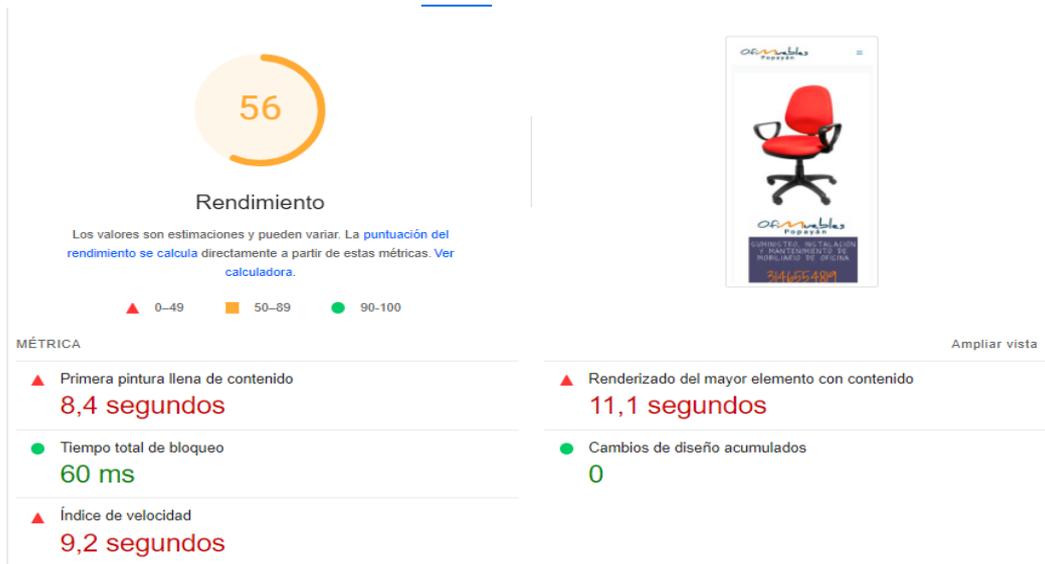
Al evaluar el rendimiento de la página web de Ofimuebles Popayán en computadores y dispositivos móviles se puede notar un grado de lentitud al ingresar, dificultando así la experiencia del usuario.

Se hizo un análisis utilizando herramientas como WebPageTest, PageSpeed Insights y se examinaron y revisaron múltiples aspectos técnicos que afectan la velocidad de sitio web, entre las más relevantes están: imágenes no optimizadas que aumentan el tamaño de las página, así mismo el formato de imagen no es más adecuado, ralentizando el tiempo de carga. Además, es posible que el servidor del sistema de gestión de contenidos no esté configurado de manera óptima y/o no pueda para manejar solicitudes de carga eficientemente, lo que contribuye a tiempos de respuesta más lentos, así mismo pueden incluir un exceso de scripts en el código de la página.

En relación con lo anterior se muestran los indicadores de rendimiento, accesibilidad, prácticas recomendadas y seo que brinda PageSpeed Insights for google developers tanto para dispositivos móviles como para computadores dichas variables se analizaron anteriormente. Así mismo muestra indicadores más específicos para para cada una de ellas.

En dispositivos móviles nos arroja métricas como que le renderizado de las imágenes, ésta indica el tiempo que se tarda en dibujar el texto o la imagen de mayor tamaño el cual toma un tiempo 11.1 segundos, el índice de velocidad el cual indica la rapidez con la que se puede ver el contenido de una página y tiene un tiempo de 9.2 segundos y El primer renderizado con contenido indica el momento en el que se renderiza el primer texto o la primera imagen con un tiempo de 8,4 segundos.

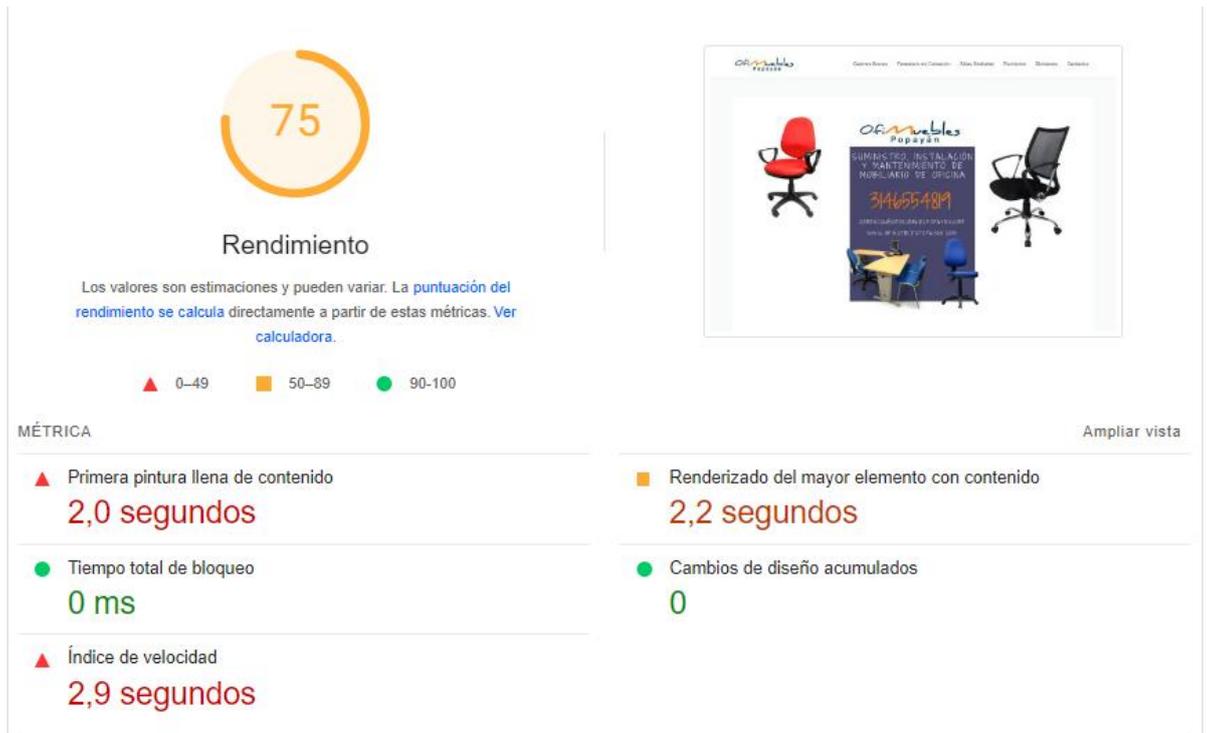
Ilustración 8 Rendimiento página web Ofimuebles



Fuente: Page Speed Insights https://pagespeed.web.dev/analysis/https-ofimueblespopayan-com/ajzhvqx73m?form_factor=mobile

Por otro lado en dispositivos como computadores presenta las siguientes métricas El renderizado del mayor elemento con contenido indica el tiempo que se tarda en dibujar el texto o la imagen de mayor tamaño con un tiempo de 2.2 segundos , Índice de velocidad el cual indica la rapidez con la que se puede ver el contenido de una página con un tiempo de 2.9 segundos, y El primer renderizado con contenido indica el momento en el que se renderiza el primer texto o la primera imagen con un tiempo 2.0 segundos estos factores refleja la carencia de la optimización en el contenido de la página y carencia la adaptación para dispositivos móviles generando dificultad para la acceder al sitio web.

Ilustración 9 Rendimiento para teléfonos y computadores en el sitio web



Fuente: Page Speed Insights https://pagespeed.web.dev/analysis/https-ofimueblespopayan-com/ajzhvqx73m?form_factor=mobile

4.1.1.6 Espacio para testimonios y reseñas:

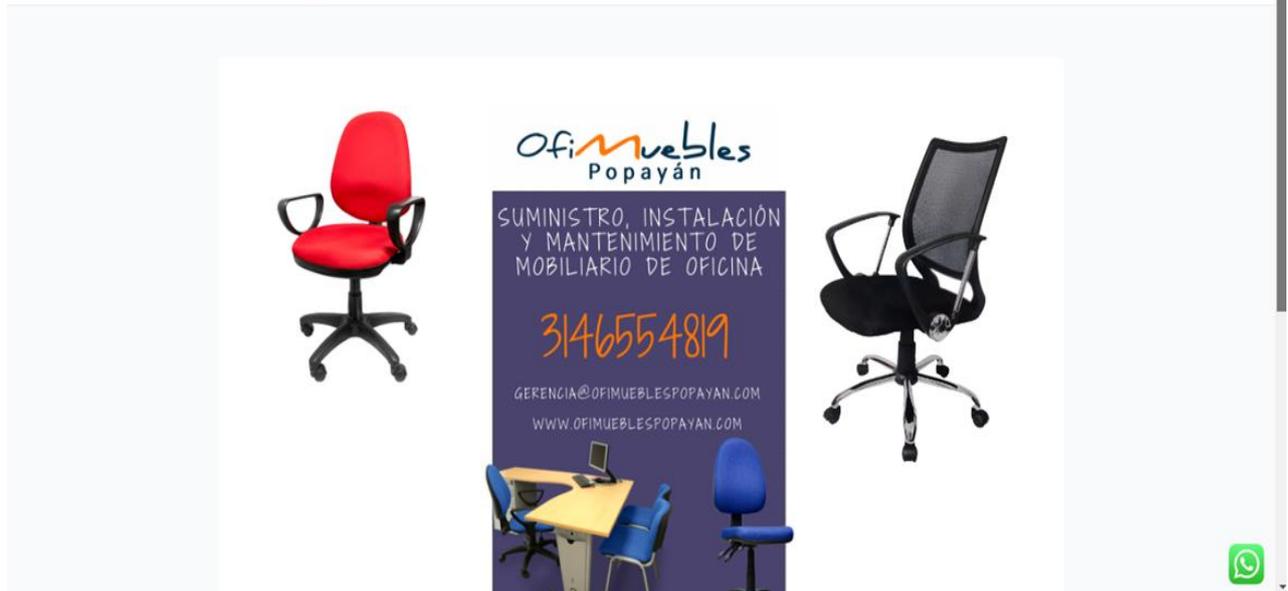
Al realizar un sola página, carece un espacio para reseñar lo cual sería de vital importancia para generar una confianza con los clientes y así generar una vínculo cliente – empresa.

4.1.1.7 Agregar los botones de redes sociales:

Se muestra una oportunidad de mejora en los botones de redes sociales los cuales no están debidamente ubicados, y presentan un tamaño un pequeño dificultando que los puedan explorar y conocer más acerca de la empresa.

Evidencia de la página ofimuebles S.A.S actualmente

Ilustración 10 Página Web Actual de Ofimuebles.



Fuente: Página Web Ofimuebles. <https://ofimueblespopayan.com/>

4.1.2 Objetivo

Teniendo en cuenta las variables que se obtuvieron al realizar el análisis a la página web de Ofimuebles resalta la necesidad de desarrollar e implementar diversas mejoras, con el fin de garantizar una experiencia más satisfactoria, brindarle información de manera más rápida y acertada acerca de los productos, generar confianza y conectar los clientes con la marca, también es importante mencionar que de esta forma se mejoraría significativamente un porcentaje de ventas, la eficiencia, credibilidad y la reputación de la empresa en línea.

4.1.3 Estrategia

Considerando las diversas áreas de mejora encontradas tras el análisis y así mismo a alcanzar los objetivos anteriormente proyectados, se tienen estrategias específicas que responden a las necesidades detectadas en la página web de la organización.

Entre las estrategias que se tienen previstas están:

4.1.3.1 Adicionar historia y valores de la empresa:

Al realizar la inclusión de esta sección en la pestaña de “quienes somos” no solo agrega confianza y autenticidad a la marca, sino que también permitirá a los clientes

potenciales conocer mejor la identidad y los principios que respaldan los productos y servicios que ofrece la organización.

La historia y los valores de una organización son de vital importancia para poder generar confianza y crear afinidad con los clientes potenciales de esta manera se fomenta relaciones más profundas y se posiciona en la mente del consumidor.

4.1.3.2 Agregar información sobre los productos y servicios:

Para esta sección es necesario incluir detalles adicionales a los productos y/o servicios como por ejemplo: ancho, el alto, la capacidad de carga, el modelo, materiales entre otras; Así mismo ofrecer más detalles de los muebles que se construyen a medida, como lo materiales, y modelos disponibles, del mismo modo añadir una mejor distribución de los productos en la página web, también se añadiría un menú para facilitar la búsqueda de las características que requiera el cliente.

a) Crear pestaña de Información de devoluciones de producto y pagos:

De igual manera es de suma importancia incluir una nueva pestaña donde se brinde la información con respecto a devoluciones de producto, garantías, tiempos estimados de entrega, así mismo brindar información acerca de los métodos de pago disponibles así mismo la implementación de botones para el pago en línea de igual manera añadir formas de contactarse con la empresa como por ejemplo correo corporativo y numero de celular.

4.1.3.3 Mejorar el call to action:

Para esta área de mejora se tiene proyectado añadir botones o enlaces con un diseño atractivo y llamativo como por ejemplo "Descubre cómo mejorar tu espacio de trabajo" o "Regístrate para recibir ofertas exclusivas" donde redirija a cliente al formulario de cotización esté previamente reestructurado con mayor indicaciones y añadiendo un espacio donde el cliente describir mejor las necesidades, estos botones o enlaces podrían estar ubicados al lado de los productos o en área de mayor visibilidad del sitio web de igual manera para incentivar el llamado a la acción se utilizarían frases como "Oferta por tiempo limitado" o "¡No te lo pierdas!" para generar una conversión de compra.

4.1.3.4 Diseño y navegación:

Se tiene previsto un rediseño del menú principal para que pueda ser más accesible e intuitivo, también un submenú para poder filtrar características como ancho, alto, profundidad, color, entre otros. Además se plantea reorganizar la imágenes de los productos para hacerlo más accesible y más amigable para el cliente objetivo. Así mismo mejorar el rendimiento y la optimización mediante la corrección de la programación del sitio web, seleccionar las imágenes en un formato adecuado para que la página cargue y renderize el contenido, así reduciendo significativamente el tiempo de acceso a la misma

Todo lo anterior conlleva una renovación visual acorde con los colores e identidad de la empresa, para que genere una conexión con el cliente de esta forma se mejoraría la experiencia en el sitio web.

4.1.3.5 Agregar los botones de redes sociales y espacio para reseñas:

Se propone el rediseño y ubicación de los botones de redes sociales, agrupándolos en costado de la página mejorando el tamaño de los botones, de esta forma aumentando la visibilidad de par que le usuario pueda acceder a más información por medio de las redes sociales.

Por otro lado generar un espacio en para que los usuarios puedan compartir sus experiencias acerca de los productos y servicios adquiridos y así valoren su experiencia por medio de una escala de calificación por medio de estrellas (5 estrellas, mayor calificación y 0 estrellas menor calificación).

4.1.4 Plan De Acción

Tabla 3 Plan de Acción Página Web

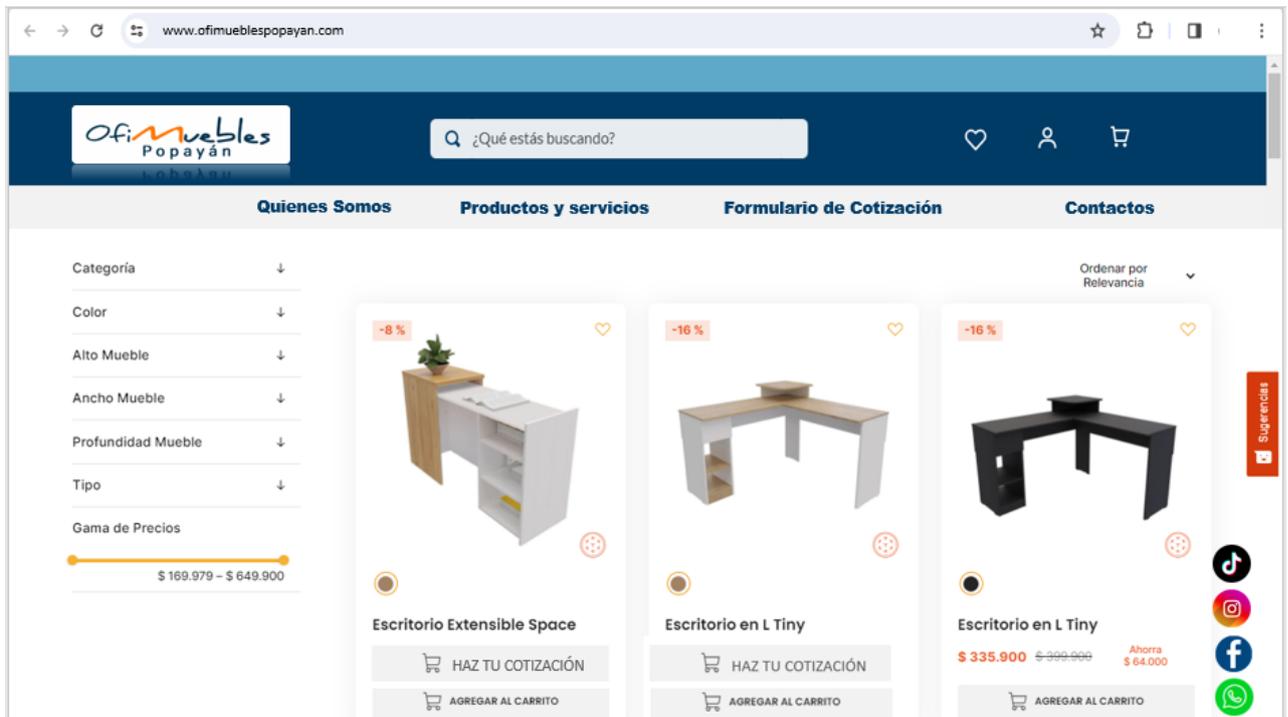
4.1 Sitio Web (Web Site)			
ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
Adicionar historia y valores de la empresa	Juan Manuel León Sanclemente	3 meses	\$ 86.666
Agregar información sobre los productos y servicios	Juan Manuel León Sanclemente		\$ 216.665

Mejorar el call to action	Juan Manuel León Sanclemente		\$ 129.999
Diseño y navegación	Juan Manuel León Sanclemente - Profesional Ingeniero de sistemas		\$ 1.299.990
Agregar los botones de redes sociales y espacio para reseñas	Juan Manuel León Sanclemente		
PRESUPUESTO TOTAL PLAN DE ACCIÓN			\$ 1.733.320

Fuente: Elaboración Propia

EVIDENCIAS

Proyección de la página web prevista aplicando las estrategias anteriormente planteadas:
Ilustración 11 Proyección de página web.



Fuente: Ofimuebles Popayán (simulación de página web)

4.2 Posicionamiento En Motores De Búsqueda Web (Search Engine Optimization - Seo)

"SEO (Search Engine Optimization) es el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados de búsqueda orgánica de los motores de búsqueda como Google, Bing, Yahoo, entre otros." (ChatGPT, 2024) El posicionamiento en motores de búsqueda tiene como objetivo principal aumentar el tráfico y la interacción del usuario con el sitio web de manera

orgánica mediante estrategias que se adecuen a las necesidades de la empresa contribuyendo a una mayor visibilidad de la empresa, de este modo aumentando las ventas.

4.2.1 Análisis De La Situación Actual

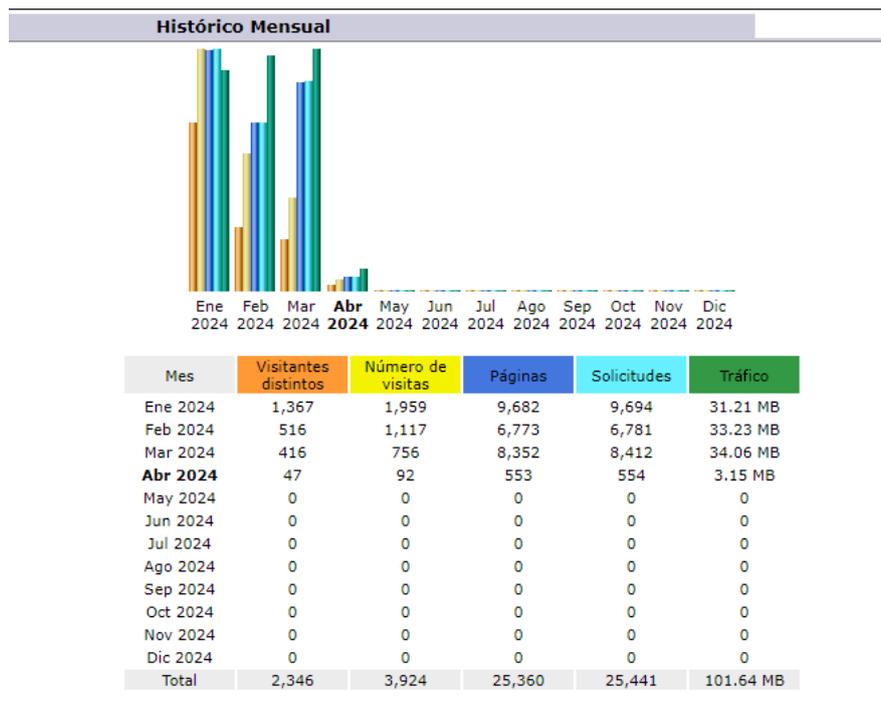
Durante el análisis de posicionamiento en los motores de búsqueda, el sitio web de Ofimuebles Popayán tiene un posicionamiento destacado en Google Maps para búsquedas relacionadas con muebles en la ciudad de Popayán. Este hecho demuestra una visibilidad considerable en las búsquedas locales. Sin embargo, hay una gran inconformidad; la página de aterrizaje de ofimuebles no está bien posicionada de acuerdo con las búsquedas y palabras claves esto presenta una oportunidad de mejora así mismo aprovechar el éxito de Google Maps y atraer clientes y ventas. La situación actual demuestra la importancia de implementar una estrategia integral que conforme el posicionamiento en Google Maps y la página de destino, garantizando que la información proporcionada en ambos canales sea coherente y optimizando la experiencia del usuario para que pueda finalizar su compra.

Otro aspecto relevante que se encontró en el sitio web de Ofimuebles es que no lleva un monitoreo de indicadores ni tampoco se realiza análisis de las variables como el número de visitas, clics, porcentaje de scroll, mapas de calor y el Engagement, el tráfico entre otros. Lo anterior dificulta analizar el porcentaje de ventas, el comportamiento de los usuarios y el alcance. Este seguimiento de métricas importantes es de vital importancia para comprender el comportamiento de los usuarios en la página web y tomar decisiones acertadas para mejorar la experiencia del usuario y aumentar la efectividad de las estrategias de marketing y ventas. También en la conformación de la página web no se tienen en cuenta la keywords o palabras clave son de vital importancia para Search Engine Optimization - Seo porque los motores de búsqueda utilizan estas palabras para determinar qué contenido es relevante para una consulta de búsqueda específica. Al incluir palabras clave relevantes en tu contenido, aumentas las posibilidades de que tu página web aparezca en los resultados de búsqueda cuando alguien busca esas palabras clave.

Por consiguiente se encontraron las métricas obtenidas de la página web de Wordpress y la medición realizada por medio de un histórico mensual se encontró una disminución significativa en el número de visitas a la página en el periodo de enero 2024 hasta marzo 2024, debido al poco posicionamiento que tiene la empresa, así también se encuentra que el tiempo de interacción dentro de la página web está en un rango de 0 a 30 segundos que representa el

79% del total de total de interacción, la anterior variable muestra la falta de optimización del sitio web y también la falta de información referente a los productos y servicios prestados lo cual los clientes optan por abandonar el sitio web y escoger otra opción, así también muestra los sistemas operativos por los cuales se acceden a la página web, entre ellos esta Windows con un 32.2%, Android con 17.8% y un sistema operativo no conocido con un 44.8% estos datos no indicarían la importancia de enfocar las opciones de mejora y optimización en este tipo de sistemas operativos.

Ilustración 12 Histórico mensual de página web



Sistemas Operativos (Top 10) - Lista completa/Versiones - Desconocido					
Sistemas Operativos		Páginas	Porcentaje	Solicitudes	Porcentaje
?	Desconocido	3,720	44.5 %	3,769	44.8 %
Windows	Windows	2,717	32.5 %	2,717	32.2 %
Android	Android	1,492	17.8 %	1,501	17.8 %
Linux	Linux	232	2.7 %	232	2.7 %
Macintosh	Macintosh	191	2.2 %	193	2.2 %

Fuente: Ofimuebles Popayán S.A.S

Teniendo en cuenta las métricas entregadas por parte de la organización se puede evidenciar que el tráfico de la página web en su mayoría es tráfico “no visto”, el cual se caracteriza por ser generado por bots, gusanos errores de código lo cual genera un tráfico no representativo para Ofimuebles.

Este análisis tiene varias implicaciones. En primera medida el alto volumen de tráfico “no visto” podría estar afectando las métricas acerca del rendimiento, lo que hace más difícil la evaluar de manera precisa el comportamiento de los clientes potenciales o usuarios en la página web. Además no aporta valor real a la empresa con respecto a las conversiones de compra o las interacciones representativas de los productos o servicios y así también con el conocimiento de la marca.

Ilustración 13 Vistas de página web.

Duración de las visitas		
	Número de visitas	Porcentaje
Número de visitas: 756 - Media: 739 s		
0s-30s	546	72.2 %
30s-2mn	8	1 %
2mn-5mn	10	1.3 %
5mn-15mn	22	2.9 %
15mn-30mn	19	2.5 %
30mn-1h	38	5 %
1h+	113	14.9 %

Fuente: Ofimuebles Popayán S.A.S

Por otro lado, se puede encontrar que algunos de sus competidores, como Innovate Muebles Popayán, tienen un mejor posicionamiento web. Al realizar búsquedas relacionadas con muebles en la ciudad de Popayán, Innovate Muebles Popayán se encuentra entre las primeras opciones de búsqueda, mientras que Ofimuebles no aparece en la primera página de resultados. Esta diferencia en el posicionamiento marca la necesidad de mejorar la estrategia de SEO de Ofimuebles para aumentar su visibilidad en línea y competir de manera más efectiva en el mercado local.

Las diversas variables anteriormente encontradas afectan considerablemente la experiencia del usuario, haciendo que este se le dificulte encontrar el sitio web de ofimuebles así mismo acceder a la información de la página web, navegar de forma intuitiva, reduciendo la intención de compra, afectando la empresa.

4.2.2 Objetivo

Teniendo en cuenta los diversos factores anteriormente analizados se tiene proyectado mejorar **posicionamiento orgánico** en motores de Búsqueda de la página de aterrizaje de Ofimuebles S.A.S. aumenta significativamente el tráfico cualificado, el tiempo de interacción y mejora la experiencia del usuario, configurar y añadir keywords con el fin de mejorar la presencia digital de la marca y construir una sólida reputación online en el mercado local de Popayán.

4.2.3 Estrategias

En relación con las variables anteriormente analizadas se tiene ideadas algunas estrategias clave para la optimización del sitio web de ofimuebles y así aumentar su presencia en línea. Estas estrategias van desde la investigación de las palabras clave o keywords hasta la optimización del contenido y una reestructuración de la base de la página web, el diseño de estas estrategias mejorar considerablemente la experiencia para el usuario y así mismo la visibilidad de la empresa en el competitivo mundo del mercado electrónico. Para ello se tiene proyectadas las siguientes estrategias:

4.2.3.1 Investigación de palabras clave:

La investigación de palabras clave o keywords es de vital importancia para desarrollar la estrategia de SEO. Se basa en identificar las palabras y frases que las personas utilizan con mayor frecuencia al buscar información relacionada con tu negocio en los motores de búsqueda, al hacer investigación de las palabras clave para ofimuebles S.A.S se tienen en cuenta varios factores. En primer lugar se identificara las palabras más comunes y relacionadas que describen los productos o servicios de la empresa por ejemplo: "muebles de oficina", "sillas ergonómicas", "escritorios modulares", "muebles Popayán" etc. Este tipo de palabras suelen ser más comunes y genéricas lo cual tienen un alto volumen de búsqueda mensual lo cual ayudaría a encontrar fácilmente la página web de ofimuebles.

Además de las palabras claves es importante complementar con frases específicas llamadas (long-tail keywords), que son frases más detalladas "sillas ergonómicas para oficina con soporte lumbar" o muebles de alta calidad en Popayán" este tipo de palabras o frases tienen un nivel de búsqueda más bajo pueden atraer a un tipo de consumidores con interés específicos y con mayor intención de compra.

Para la selección de las palabras o frases clave existen varias herramientas y plataformas disponibles para hacer la investigación de palabras clave Plataformas como Google Keyword Planner, SEMrush, Ahrefs y Moz Keyword Explorer que permite encontrar palabras clave relevantes y también brinda información acerca del volumen de búsqueda mensual.

Al tener listas las palabras clave y/o frases cortas, se pueden incorporar tus palabras clave de manera natural y relevante en los títulos, descripciones, encabezados, texto del cuerpo y etiquetas de imagen de la página web.

También se puede generar una campaña de marketing con Google Ads destinando un presupuesto mensual, a las keywords para potenciar y aumentar así la visibilidad de la página por medio de las palabras clave.

4.2.3.2 Optimización de contenido:

La optimización del contenido es un factor muy importante dentro de la estrategia de seo, pero ello se debe asegurar que el contenido de la página web este completamente alineado con las palabras clave o frase seleccionadas esto incluye el cuerpo del texto, donde se integrarán las palabras clave de una forma sutil y natural, del mismo modo centrándose en contenido valioso y útil para los clientes potenciales, así aumentando considerablemente el tiempo de interacción dentro de la página y también se pueda visibilizar mucho más al realizarse la búsqueda en los diferentes motores.

4.2.3.3 Generación de contenido atractivo:

Un factor clave es la generación de contenido atractivo e informativo para los clientes potenciales, como por ejemplo infografías que resuelva problemas y preguntas comunes de los clientes, consejos de diseño de oficinas, tendencias actuales, también se puede incluir fotos y videos de muebles y proyectos realizados destacando los beneficios que obtiene el cliente al adquirir los productos y servicios así mismo en conjunto con las redes sociales generar contenido con temas relacionados con la construcción y diseño de oficinas, como la ergonomía en el lugar de trabajo, la optimización del espacio añadiéndole el call to action.

4.2.3.4 Optimización técnica:

Para generar un posicionamiento óptimo es fundamental optimizarlo técnicamente, lo que implica garantizar los aspectos técnicos del sitio web este correctamente configurados para que los motores de búsqueda puedan rastrearlo, comprenderlo y darle relevancia a la página. Aspectos como seguridad del sitio web, estructura y programación del sitio, velocidad de carga, contenido de calidad sin dejar de lado el seguimiento y análisis de los

resultados periódicamente. Teniendo en cuenta las estrategias se mejoraría considerablemente la experiencia.

4.2.3.5 Medidas para filtrar y eliminar este tráfico no deseado:

Para abordar la situación del tráfico no deseado, la estrategia a proyectar sería la implementación de sistemas de detección de bots y la corrección de errores de código lo que podrían estar afectando y generando este tráfico vacío al implementarlo, se podría tener una visión más acertada del comportamiento de los usuarios del sitio web y así de esta forma tomará decisiones más informadas para mejorar la experiencia y de esta forma maximizar el alcance de la empresa y maximizar el resto de estrategias de marketing digital.

4.2.3.6 Optimización par dispositivos móviles y computadores:

Dentro del análisis encontrado en las métricas de la página web se encuentra con el 32.8% lo que representa gran parte de los visitantes que acceden por medio de celulares y esto afectaría, ya que la página web no podría estar optimizada completamente para dispositivos móviles lo que podría generar una experiencia deficiente para los clientes que accedan desde sus celulares inteligentes, lo anterior afectará considerablemente a la visualización y obtención de información para poder realizar las cotizaciones o las compras. También con un 44.8% de usuarios de con sistema operativo Windows generando un retraso al acceder y dando un mala experiencia al cliente potencial.

4.2.4 Plan De Acción

Tabla 4 Plan de acción - Posicionamiento en motores de búsqueda web SEO

4.2 Posicionamiento En Motores De Búsqueda Web (Search Engine Optimization - Seo)			
ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
		(MESES)	
Investigación de palabras clave	Juan Manuel León Sanclemente	3 meses	\$ 500.000
Optimización de contenido	Juan Manuel León Sanclemente		
Generación de contenido atractivo	Juan Manuel León Sanclemente		

Optimización técnica	Juan Manuel León Sanclemente		
Medidas para filtrar y eliminar este tráfico no deseado	Juan Manuel León Sanclemente		
Optimización para dispositivos móviles y computadores	Juan Manuel León Sanclemente		
PRESUPUESTO TOTAL PLAN DE ACCIÓN			\$ 500.000

Fuente: Elaboración Propia

4.3 Marketing En Motores De Búsqueda Web (Search Engine Marketing - Sem)

4.3.1 Análisis De La Situación Actual

Teniendo en cuenta la información suministrada por ofimuebles S.A.S y haciendo un sondeo por la misma, carece de una implementación de estrategias SEM (Search Engine Marketing), así como de campañas de marketing digital, la falta de implementación de dichas estrategias podría influir negativamente en la visibilidad en línea y así mismo en la capacidad para alcanzar el público objetivo de una manera óptima. Sin la utilización y aplicación de la estrategia como la publicidad de pago por clic y banner emergentes en páginas web o campañas de remarketing podría estar perdiendo oportunidades para expandirse y darse a conocer. Esta ausencia sugiere que ofimuebles podrían estar pasando por alto importantes canales de promoción en línea, lo que afectaría la capacidad de atraer clientes, aumentar las conversiones y fortalecer su posicionamiento en el mercado.

4.3.2 Objetivo

Debido a la falta de estrategias SEM y campañas de marketing digital en el sitio web de ofimuebles S.A.S se propone diseñar estrategias integrales de marketing digital en cual se incluya la aplicación del SEM. Esto tiene como fin aumentar considerablemente la visibilidad en los motores de búsqueda, monitoreo de estadísticas, fortalecer la presencia en línea, generar campañas con anuncios para atraer nuevos clientes para así contribuir al crecimiento y competitividad de la organización en el mercado digital.

4.3.3 Estrategia

4.3.3.1 Creación de campañas en google Ads:

Teniendo en cuenta los objetivos trazados se diseñaran campañas en google ads, para esta estrategia se debe tener en cuenta las variables anteriormente propuestas, se diseñará una estrategia integral divididas en dos campañas clave:

La primera campaña ,va ir enfocada en la optimización del tráfico y el posicionamiento en los motores de búsqueda, se proyecta con un enfoque en el análisis de la palabras clave relevantes , esta estrategia va enlazada con la estrategia seo esto dará mayor respaldo y garantizara una mayor visibilidad y accesibilidad para los principales motores de búsqueda también mejorará la calidad del tráfico y elevar en los ranking en las páginas de búsqueda de google ,lo que resultará en un crecimiento significativo de la visibilidad en línea de ofimuebles.

Por otro lado, la segunda campaña se enfocará en el marketing display, con el fin de incrementar la visibilidad de la organización en múltiples páginas web relevantes para el segmento específico de mercado de ofimuebles esto por medio de google ads de este modo se tiene proyectado aumentará tanto la conciencia de marca como el tráfico web, con una enfoque específico la generación de conversiones

Para alcanzar lo anterior se deberá lanzar las campañas en google ads de la siguiente manera:

- **Inicia sesión en google ads con el correo de la empresa:**
Se debe ingresar al sitio web de google ads, <https://ads.google.com/> si no se tiene cuenta se puede crear fácilmente siguiendo las instrucciones del sitio web.
- **Configuración de la cuenta y objetivos:**
En esta parte de la página se redirigirá al panel de control en este punto se podrá configurar la cuenta y así mismo los objetivos publicitarios.

1) Selección de la campaña:

- **Creación de una nueva campaña:**
Para comenzar se dará clic en nueva campaña, se le pedirá que elija el tipo de campaña que se desea crear entre ellas están display, shopping, video y aplicaciones entre otras.

Según los objetivos se creara la campaña seleccionando el motor de búsqueda de google el cual permite aprovechar la amplia red de páginas web, aplicaciones y videos en la red de Google que alcanza más del 90% de los usuarios de internet en todo el planeta, lo que ofrece una gran oportunidad para llegar a diferentes clientes objetivos así mismo Selecciona el objetivo de la campaña, como "Tráfico del sitio web" o "Conversiones". Para así abarcar los objetivos propuestos teniendo en cuenta lo anterior se proyectarán las siguientes campañas de google ads.

Campaña 1: Campaña de Búsqueda para aumentar el posicionamiento

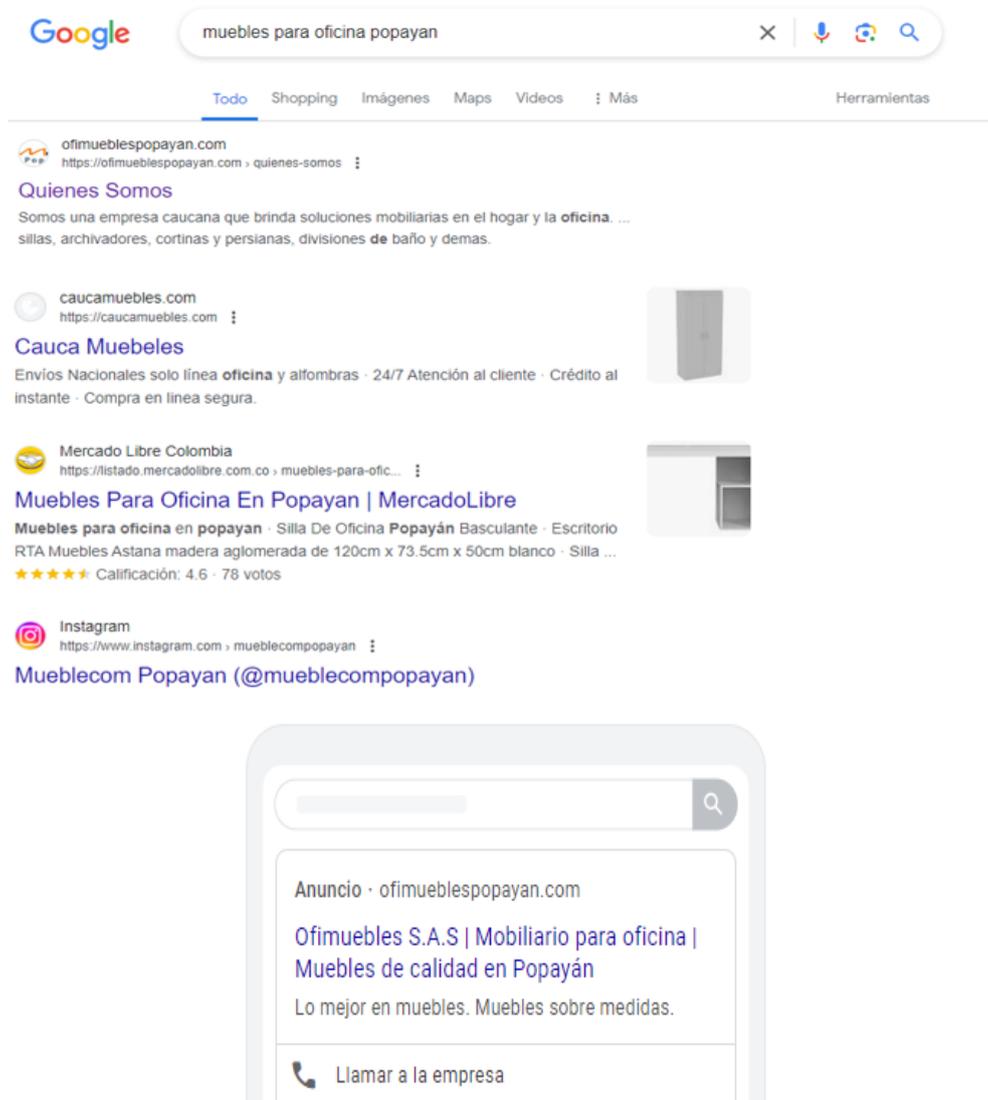
- **Objetivo:** Posicionar el sitio web en el ranking del motor de búsqueda y aumentar el tráfico web cualificado a través de búsquedas relevantes.
- **resultado esperado:** generaría un aumento considerable en el tráfico web cualificado al mejorar el posicionamiento en los resultados de búsqueda más relevantes en la primera página de google, esto no solo aumentará la visibilidad de la empresa si no que su vez impulsará el compromiso, la participación y la conexión emocional por parte del comprador potencial y en última medida llevaría a un incremento de la conversiones de compra y así mismo el retorno de la inversión.
- **Tipo de campaña:** Búsqueda.
- **Palabras clave:** Palabras clave relevantes relacionadas con los productos o servicios por ejemplo: muebles Popayán, escritorios, persianas.

Frases clave que sean más específicas y menos competitivas por ejemplo: muebles para oficina en Popayán, escritorios para empresas, muebles cómodos.

- **Estrategia de regateo:** Costo por clic manual o puja inteligente. Posteriormente seleccionaremos el presupuesto de \$1000 COP el cual se descontará del presupuesto cada vez que un usuario encuentre la página y realice clic en ella.
- **Extensiones de anuncio:**
- Enlaces del sitio para mostrar diferentes secciones del sitio web. por ejemplo un enlace que redirija a la sección de sillas giratorias.
- Llamadas a la acción para motivar a los usuarios a realizar una acción específica. por ejemplo "Haz que tu espacio de trabajo sea más eficiente. Encuentra los muebles perfectos para tu oficina hoy mismo."

Al lanzarse se estima obtener entre 600 y 1000 clics en la página con un presupuesto máximo al mes de \$30.400 pesos colombianos lo que representa un aumento significativo en comparación con la información suministrada por la empresa el cual no presenta un índice detallado de la cantidad de clics.

Ilustración 14 Búsqueda Ofimuebles en Google



Fuente: Google ads

Campaña 2. Display Marketing para aumentar el conocimiento de marca y generar tráfico y convertir la compra.

- **Objetivo:** aumentar el conocimiento de marca y generar tráfico cualificado hacia el sitio web de ofimuebles con el fin de generar maximizar las ventas.

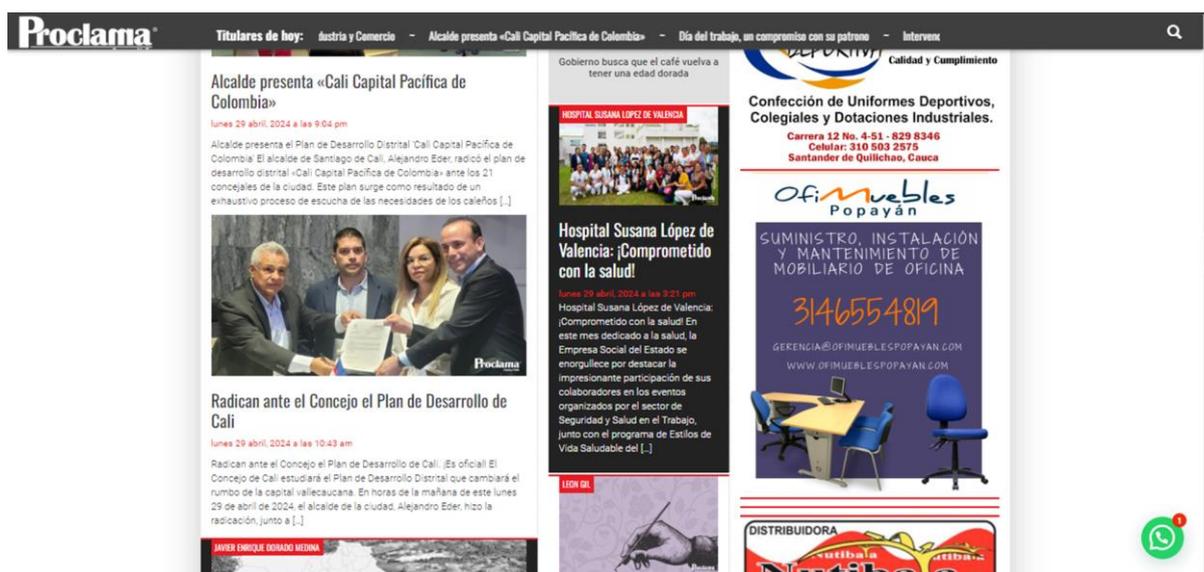
Se centrará en potenciar el conocimiento de marca y aumentar la conversiones de compra, por medio de creación de anuncios atractivos y persuasivos ,entendiendo los intereses y los comportamientos de compra, por otro lado buscará visibilizar los productos y servicios disponibles enfatizando el estilo moderno y así mismo si dejar de lado la funcionalidad y ergonomía para crear espacios de trabajos productivos y cómodos los anuncios se mostrarán en la red de display de google para llegar a una amplia audiencia.

Grupos de Anuncios:

- Anuncios 1: "Escritorios Modernos"
 - Anuncios 2: "Sillas Ergonómicas"
 - Anuncios 3: "persianas en tendencia "
 - Anuncios 4: "Espacios de Reunión Funcionales"
-
- Se crearán diversos contenidos para cada grupo de anuncios, cada uno de este contenido publicitario destacando un aspecto único de los productos de ofimuebles Popayán S.A.S, así como diseño moderno, comodidad ergonómica, capacidad de almacenamiento y funcionalidad en espacios de reunión. Así también se incluirán imágenes atractivas de los productos en situaciones de oficina, con mensajes que llamen la atención de los clientes y que además que resalten los beneficios.
 - La campaña se tiene proyectada en la Red de Display de Google para alcanzar a una amplia audiencia de usuarios mientras navegan por sitios web, ven videos en YouTube, usan aplicaciones móviles y más. Con la campaña de display marketing se estima alcanzar 500.000 impresiones en la red de google esta cifra estimada de impresiones que en teoría podría conseguir con su configuración y la segmentación realizada, así también se tiene proyectado alcanzar entre 200 a 660 clics. Se considera “clic” Cuando un usuario hace clic en tu anuncio, se contabiliza como un clic.

Proyección de publicidad de campaña display

Ilustración 15 Proyección Campaña Display



Fuente: Elaboración Propia Y Contenido de Proclama del Cauca obtenido de <https://www.proclamadelcauca.com/>

4.3.3.2 Segmentación y Optimización del presupuesto

- **Configuración de la campaña:**

Según los objetivos propuestos de cada campaña se segmenta según el mercado objetivo donde se tendrán en cuenta el segmento geográfico donde se desea dirigir los anuncios en el caso de Ofimuebles se tendrá el área geográfica Popayán esta segmentación permite mostrar los anuncios solo a personas en áreas geográficas específicas que sean relevantes para ofimuebles. También se puede elegir países, regiones, ciudades e incluso áreas geográficas personalizadas en el caso que se quiera dirigir a otro tipo de público.

Para la segmentación las campañas propuestas determinaremos por los siguientes factores:

Segmento por ubicación: ira dirigida específicamente a personas ubicadas en la ciudad de Popayán y sus alrededores la empresa puede optimizar los esfuerzos publicitarios para alcanzar a los clientes potenciales. Esta aumenta la relevancia de la campaña en google ads y aumenta la probabilidad de los usuarios locales interactúen con el sitio web lo que eventualmente se reflejan en mayores conversiones y mayor porcentaje de ventas.

Segmento por edad: al analizar la segmentación por edad es importante conocer y comprender los diferentes grupos demográficos en la ciudad de Popayán que responden a los diversos productos y servicios ofrecidos por ofimuebles. El segmento de edad comprende desde 18 años de edad 70 años de edad adaptándose a las necesidades por ejemplos: los jóvenes de Popayán podrían estar interesados en escritorios modernos y con opciones económicas y de buena calidad y así mismo empresarios y profesionales que necesitan adecuar sus espacios de trabajo.

Segmento socioeconómico: Popayán es una ciudad con una amplia variedad de niveles socioeconómico es de estudiantes universitarios pasando por profesionales establecidos, microempresas y hast familias adineradas teniendo en cuenta esto ofimuebles maneja diversos rangos para sus diferentes clientes.

- **Determinación de Presupuesto:**

En google ads seleccionaremos el presupuesto destinado el cual se podrá ver en la tabla del plan de acción. Para aplicarlo en la campaña, este presupuesto se destinará en primera instancia para aumentar la visibilidad de la página y así mismo aumentar el tráfico, aumenta el porcentaje de ventas, este presupuesto será cobrado automáticamente por google ads mes a mes. Las campañas se realizaran escalonadamente en primera instancia a 3 meses para así ver las estadísticas y llevar un monitoreo y de esta forma realizar cualquier tipo de ajuste en caso de que sea necesario y posteriormente a un plazo de 6 meses y a un año.

Para las campañas se tiene presente lo siguiente:

- **Seleccionar palabras clave y establecer un precio:**

Al hacer la selección de las palabras clave o keywords estas activan la aparición de los anuncios cuando los clientes potenciales y especificados en la segmentación realicen búsquedas en google. Ya seleccionadas relevantes para la organización en este caso se debe tener en cuenta cuánto está dispuesto a pagar por cada clic en el anuncio.

4.3.3.3 Monitoreo y análisis:

Al realizar un monitoreo a las campañas de Google ads de una forma escalonada en un periodo de tiempo de 1 mes, 3 meses, 6 meses y 1 año como con el fin de recaudar información valiosa y ver el comportamiento de la campaña lanzada esto permitirá tomar decisiones acertadas, en el caso tal de que haya alguna inconformidad permitiría ajustar las estrategia para así optimizar recursos y poder maximizar el retorno de la inversión.

Por otro lado posibilita obtener información sobre el comportamiento de los usuarios y así mismo la forma como interactúan con los anuncios de las campañas. Por otro lado también facilita la detección problemas técnicos o cambios en el comportamiento de los usuarios al generar este tipo de información permitirá tomar medidas preventivas para adaptarse a los usuarios y minimizar el impacto negativo ante cualquier cambio de comportamiento.

4.3.4 Plan De Acción

Tabla 5 Plan de acción - Marketing en motores de búsqueda web SEM

4.3 Marketing En Motores De Búsqueda Web (Search Engine Marketing - Sem)			
ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
		(MESES)	
Creación de campañas en google ads (2 campañas)	Juan Manuel León Sanclemente	9 meses	\$ 547.200
Segmentación y Optimización del presupuesto	Juan Manuel León Sanclemente		
Monitoreo y análisis	Juan Manuel León Sanclemente	4 meses	\$ 389.997
PRESUPUESTO TOTAL PLAN DE ACCIÓN			\$ 937.197

Fuente: Elaboración propia

4.4 Marketing Por Correo Electrónico (Email Marketing)

4.4.1 Análisis De La Situación Actual

En la actualidad la empresa Ofimuebles Popayán S.A.S es una empresa con el propósito de posicionarse en el mercado local y nacional; con el pasar del tiempo y gracias al arduo trabajo que han venido efectuando nuevos cambios y experiencias benéficas para su empresa, ellos han logrado realizar hasta el momento 2 campañas de email marketing denotadas así:

CAMPAÑA 1

Tabla 6 Mediciones campaña de Email Marketing 1

Campaña 1	
Empresa encargada:	Mailchimp
Público destinatario:	Ofimuebles Popayán S.A.S
Asunto:	A great subject line gives your audience a reason to open your email.
Fecha:	16-may-23
Hora:	5:20 p. m.

Detalles de los resultados de la campaña	
Destinatarios totales	85
Entregas totales	77
Rebotados	8
Aperturas totales	30
Abiertos	24
Clics totales de comunicación	1
Cancelación de suscripción	0

Click performance by platform (rendimiento de clic por plataforma)	
WhatsApp	1
Página web	0
Facebook	0
Instagram	0

Fuente: Elaboración propia

En la campaña N°1 de email marketing realizada, se pueden observar unos datos que al ser analizados, arrojan que la efectividad de la misma no fue tan aceptada por los destinatarios, pero cabe resaltar que aun siendo la primera campaña, se consiguió un clic que permitió la comunicación con un cliente, donde al ofrecer un enlace directo para la consulta de productos o servicios, se logró establecer una comunicación mediante esta herramienta.

Analizando los resultados arrojados por la campaña, se puede observar que en una de las valoraciones a tener presente dentro de la campaña es ¿cómo se realizó el contenido? pues ello podría influir en la aceptación o no de la campaña enviada, por ello Mailchimp ofrece una valoración de análisis respecto a cómo se desarrolló del contenido y si se cumplieron o no las metas que establece la plataforma.

Dicha valoración consta de 11 puntos conocidos como mejores prácticas cumplidas; las cuales deben cumplirse de la siguiente manera si es una buena campaña:

- Skimmability: (2 puntos)
- Text y visuals (2 puntos)
- Links y Ctas - Call to action (2 puntos)
- Typography (5 puntos)

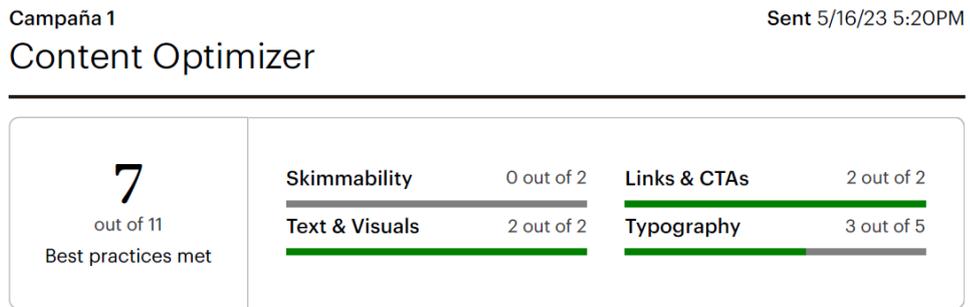
Al hablar de Skimmability en una campaña de email marketing, se está refiriendo a que tan rápido puede ser leído o escaneado un correo electrónico, para esta campaña la puntuación que se obtuvo fue de 0 de 2 puntos.

En la parte de texto y visuales en una campaña de marketing son aquellas combinaciones de contenidos escritos y elementos como lo son: fotografías, Gifs, gráficos o videos, que al ser utilizados en la campaña de email, permite comunicar un mensaje o idea más claro y atractivo. En este ítem, se obtuvo una puntuación de 2 de 2 puntos.

Por otra parte se encuentran los links y CTAs o llamados a la acción, inicialmente los links son aquellos enlaces que se incluyen dentro de los correos electrónicos que se van a enviar y que permiten a los destinatarios realizar funciones específicas, por ejemplo, dirigirlos a páginas web, redes sociales, WhatsApp Business, formularios, o productos específicos, etc. Mientras que los CTAs son aquellos llamados que invitan a los destinatarios a realizar una acción específica, entre ellos se encuentran “Comprar ahora”, “Registrarse”, “descargar”, etc. En el caso de la campaña 1 se obtuvo una puntuación de 2 de 2 puntos.

Y finalmente la typography (tipografía) son aquellos estilos o diseños de las diversas fuentes de texto que permiten usarse en la campaña de email marketing, aquí se encuentran detalles como: color de texto, tamaños, fuentes, y estilos de texto, todo este conjunto de herramientas permitirá exponer un contenido atractivo, legible, y coherente con la marca. La valoración de este ítem fue de 3 de 5 puntos.

Ilustración 16 Mediciones de Campaña 1 - Email Marketing

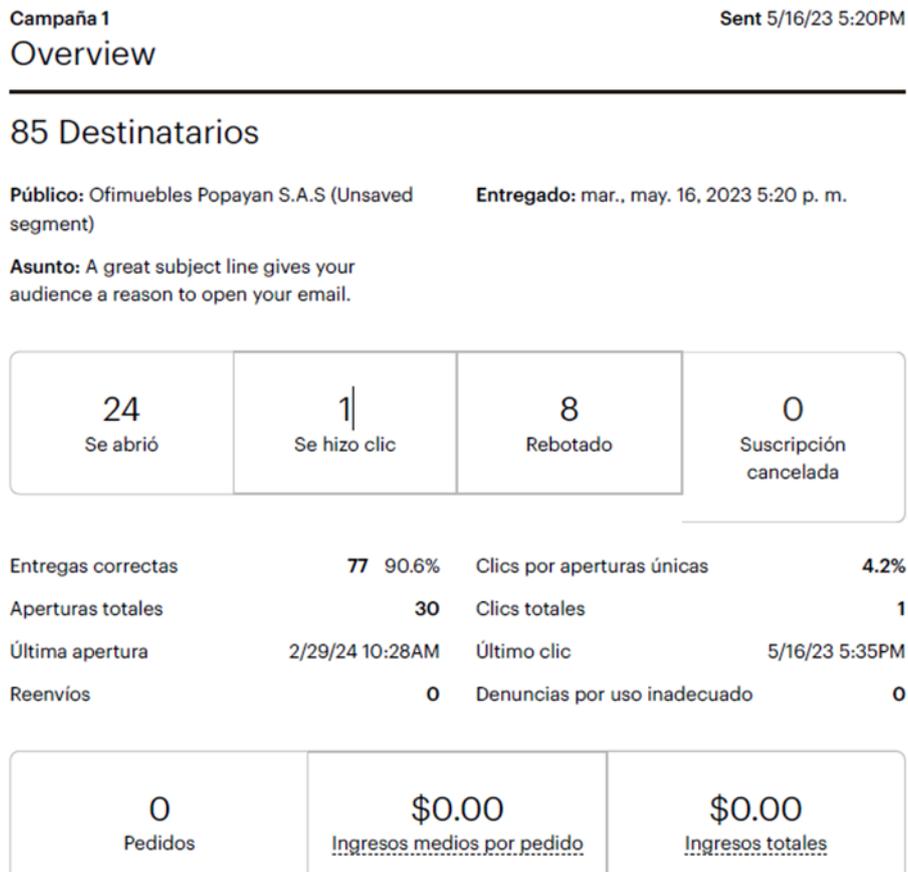


Fuente: MailChimp obtenido de <https://us21.admin.mailchimp.com/reports/print-report?id=536751>

Evidencia de la página

CAMPAÑA 1

Ilustración 17 Campaña 1 Email Marketing



Fuente: MailChimp obtenido de <https://us21.admin.mailchimp.com/reports/print-report?id=536751>

CAMPAÑA 2

Tabla 7 Mediciones campaña de Email Marketing 2

Campaña 2	
Empresa encargada:	Mailchimp
Público destinatario:	Ofimuebles Popayán S.A.S
Asunto:	¡Revoluciona tu espacio de trabajo con nuestra oferta exclusiva de mobiliario de oficina! – empresas de salud
Fecha:	16-jun-23
Hora:	12:10 p. m.

Detalles de los resultados de la campaña	
Destinatarios totales	83
Entregas totales	78
Rebotados	5
Aperturas totales	24
Abiertos	19
Clics totales de comunicación	1
cancelación de suscripción	1

Click performance by platform (rendimiento de clic por plataforma)	
Video Enlace promocional	1
WhatsApp	0
Página web	0
Facebook	0
Instagram	0

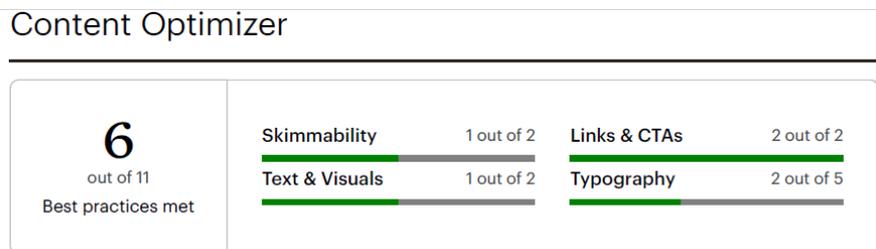
La segunda campaña de email marketing realizada hacia las empresas de salud en el mes de junio, se observan nuevos valores que permiten determinar la necesidad de ajustar los ítems y contactos necesarios para obtener respuestas más asertivas en la siguiente campaña de marketing.

Para ello es imprescindible saber un estimado del por qué posiblemente se obtuvieron estos datos, se procede a evaluar el Content Optimizer (optimizador de contenido), el cual permitirá obtener una luz de los aspectos que se pueden mejorar para la siguiente campaña de email marketing.

Ya se sabe que la valoración consta de 11 puntos conocidos como mejores prácticas cumplidas; las cuales deben cumplirse de la siguiente manera si es una buena campaña:

- Skimmability: (2 puntos)
- Text y visuals (2 puntos)
- Links y Ctas - Call to action (2 puntos)
- Typography (5 puntos)
- Para el caso de la campaña N° 2 realizada por la empresa Ofimuebles, se obtuvieron los siguientes datos: Skimmability obtuvo 1 de 2 puntos, para el caso de Text y visuals se contaron con 1 de 2 puntos, en los Links y Ctas - Call to action se manejaron 2 de 2 puntos y finalmente la Typography se valoró en 2 de 5 puntos.

Ilustración 18 Mediciones de Campaña 2 - Email Marketing



Evidencia de la página

CAMPAÑA 2

Ilustración 19 Campaña 2 Email Marketing

Overview

83 Destinatarios

Público: Ofimuebles Popayan S.A.S (Unsaved segment)

Entregado: vie., jun. 16, 2023 12:10 p. m.

Asunto: ¡Revoluciona tu espacio de trabajo con nuestra oferta exclusiva de mobiliario de oficina! 🚀

19 Se abrió	1 Se hizo clic	5 Rebotado	1 Suscripción cancelada
----------------	-------------------	---------------	----------------------------

Entregas correctas	78 94.0%	Clics por aperturas únicas	5.3%
Aperturas totales	24	Clics totales	1
Última apertura	2/29/24 10:29AM	Último clic	6/16/23 1:52PM
Reenvíos	0	Denuncias por uso inadecuado	0

0 Pedidos	\$0.00 Ingresos medios por pedido	\$0.00 Ingresos totales
--------------	--------------------------------------	----------------------------

Fuente: MailChimp obtenido de <https://us21.admin.mailchimp.com/reports/print-report?id=536751>

Evidencia de video promocional de campaña de email marketing N° 2

Ilustración 20 Video promocional Campaña 2



Fuente: Ofimuebles S.A.S <https://ofimueblespopayan.com/wp-content/uploads/2023/06/ofimuebles.mp4>

4.4.2 Objetivo

Analizando los datos de la primera y segunda campaña de email marketing realizada por la empresa Ofimuebles Popayán S.A.S en el año 2023, se plantea el siguiente objetivo:

Incrementar la interacción con clientes en un 15% durante el próximo trimestre mediante campañas de email marketing dirigidas a clientes potenciales y existentes, destacando nuevas ofertas y promociones exclusivas de Ofimuebles Popayán S.A.S.

4.4.3 Estrategia

4.4.3.1 Compilación y segmentación de listas de correos:

Realiza un compilatorio de todas las empresas, clientes, y posibles clientes potenciales con los que cuente la empresa y segmentar dicha información en base a sus comportamientos como clientes, historiales de compra, intereses, etc. De esta manera se podrá personalizar más la información a enviar en la campaña.

4.4.3.2 Crea contenido relevante

Teniendo presente el objetivo que se desea cumplir, se debe desarrollar un contenido atractivo, claro, conciso y persuasivo, donde se resalten las últimas ofertas, promociones exclusivas, productos destacados, entre otros.

4.4.3.3 Diseño atractivo

Al realizar los envíos de las campañas de marketing, se deben tener presentes los diseños atractivos y profesionales que reflejen intuitivamente y visualmente la marca de la empresa, añadir imágenes de alta calidad, y que el diseño de la propuesta de email marketing sea fácil de leer tanto en dispositivos telefónicos como en computadores de escritorio.

4.4.3.4 CTAs o Call to action:

Estos llamados a la acción incorporados en el email son propuestas llamativas para los destinatarios, pues les facilita las acciones a realizar, dentro de ellos se pueden encontrar los siguientes: “comprar ahora”, “descubrir ofertas” “explorar catálogos”, “descubre nuestras ofertas irresistibles”, “no te pierdas esta oportunidad única”, “Haz clic para obtener tu descuento exclusivo”, “aprovecha ahora y ahorra”, entre otros.

4.4.3.5 Automatización:

Configura la automatización en el correo electrónico para enviar mensajes a los distintos segmentos de clientes, para realizar seguimientos cuando se hayan realizado procesos de compra o si se tienen compras pendientes en la tienda de la página web o por WhatsApp business.

4.4.3.6 Análisis y seguimiento de métricas:

Establecer un proceso de seguimiento a las métricas que arrojen los datos de las campañas de email marketing, por ejemplo, las entregas correctas, aperturas totales, clics totales de comunicación, suscripciones canceladas, links abiertos, rendimiento de las publicaciones en un lapso de 24 horas, la optimización de contenido, y el click performance. Estos datos y las pautas anteriores, permitirán realizar acciones de mejora frente a las posteriores campañas de marketing a realizar.

4.4.4 Plan De Acción

Tabla 8 Plan de acción - Marketing por correo electrónico

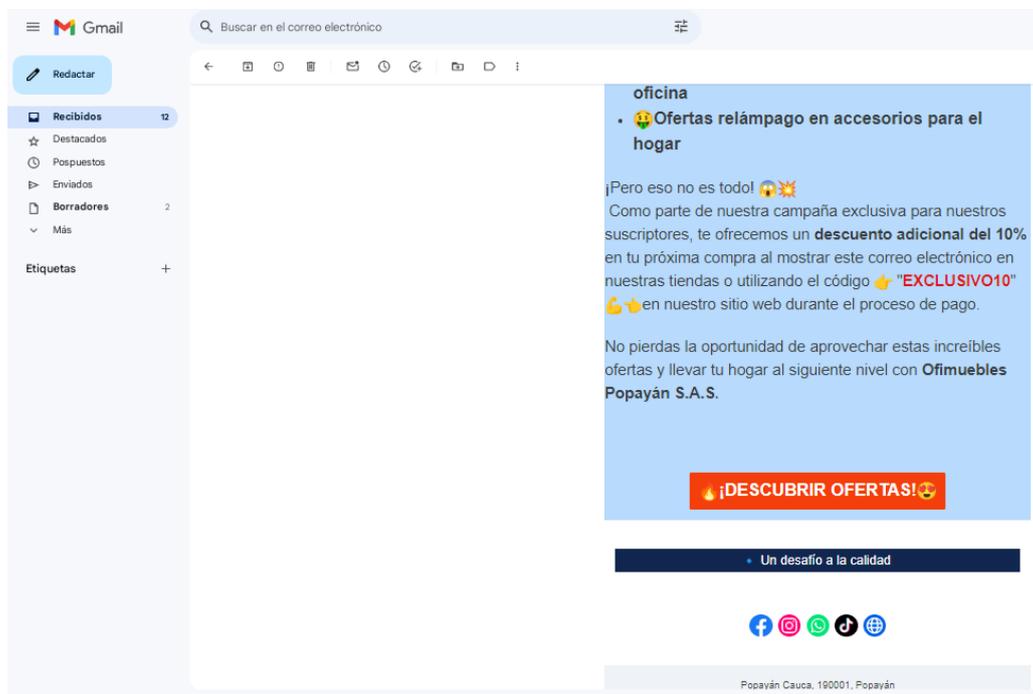
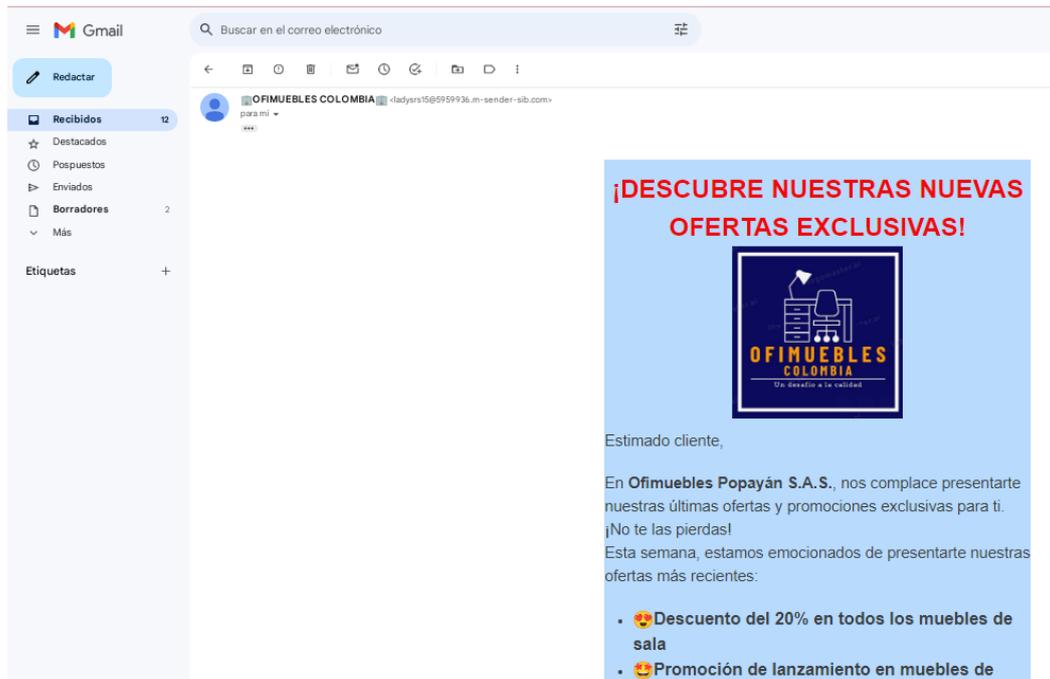
4.4 Marketing Por Correo Electrónico (Email Marketing)			
ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
		(MESES)	
Compilación y segmentación de listas de correos	Lizeth Melisa Pérez Gaitan - Juan Manuel León Sanclemente	0,5 Semanas	\$ 43.333
Crea contenido relevante (campañas 6)	Lizeth Melisa Pérez Gaitan - Juan Manuel León Sanclemente	1 mes	\$ 259.998
Diseño atractivo (campañas 6)	Lizeth Melisa Pérez Gaitan - Juan Manuel León Sanclemente		
CTAs o Call to action (campañas 6)	Lizeth Melisa Pérez Gaitan - Juan Manuel León Sanclemente		
Automatización (campañas 6)	Lizeth Melisa Pérez Gaitan - Juan Manuel León Sanclemente		
Análisis y seguimiento de métricas (campañas 6)	Lizeth Melisa Pérez Gaitan - Juan Manuel León Sanclemente	1 mes	\$ 259.998
PRESUPUESTO TOTAL PLAN DE ACCIÓN			\$ 563.329

Fuente: Elaboración Propia

EVIDENCIAS

Creación de campaña de email marketing con el objetivo planteado.

Ilustración 21 Proyección Campaña de Email Marketing



Fuente: Brevo tomado de <https://editor.brevo.com/editor/newsletters/2>

4.5 Marketing En Redes Sociales (Social Media Marketing)

4.5.1 Análisis De La Situación Actual

El análisis llevado a cabo dentro del área de redes sociales, las cuales están compuesta por Facebook, Instagram, Tiktok y WhatsApp Business, permite denotar las siguientes observaciones para cada una de las redes:

RED SOCIAL FACEBOOK

Nombre de la página:

La empresa Ofimuebles Popayán S.A.S tiene en funcionamiento una página de Facebook donde suelen publicar contenido de su actividad de mercado, teniendo presente la existencia de dicha red social se procede a buscar la página de la empresa, recalcando que la indagación se realiza desde la perspectiva de cliente y sin haber ingresado por primera vez a su búsqueda en la red, es decir se posiciona al cliente desde el punto cero, con el fin de saber que tan fácil es encontrar la página de la empresa.

Una vez teniendo clara la posición, se procede a buscar de las siguientes formas la página oficial de Facebook: “Ofimuebles Popayán”, “Ofimuebles Popayán S.A.S”, “Ofimuebles”, “Ofimuebles S.A.S”. Finalizada la búsqueda y el seguimiento en la red social de Facebook, se logra identificar que no aparece en los motores de búsqueda, y la razón de tal acontecimiento es porque el perfil se encuentra registrado con otro nombre y no como aparece en su logotipo corporativo.

Lo anterior se debe a que la empresa Ofimuebles Popayán S.A.S creó el 12 de marzo del 2018, su página conocida como “Ofimuebles Popayán”, pero posteriormente el 01 de octubre del 2023, se realiza un ajuste al nombre de la página, pasándose a llamar “Ofimuebles Colombia”, razón por la cual en el ejemplo de los clientes, no se logró ubicar con facilidad.

Impresión visual del perfil:

Las redes sociales buscan llamar la atención de diversas maneras frente a los clientes, una de esas formas son la impresión visual atractiva y profesional en la páginas en el caso de Ofimuebles, al ingresar a la página “Ofimuebles Colombia”, se logra visualizar el logo de la empresa en su foto principal, y de fondo, se aprecia una imagen de portada, donde se ilustran 10 diversos productos y servicios pero en un tamaño muy reducido para teléfonos celulares, y generales para computadores de escritorio o portátiles, y en un fondo blanco y azul oscuro;

permitiendo una mejora en dicho aspecto que genera a largo plazo más interacción y atracción de audiencia de manera

Métodos de contacto con la empresa y calificaciones:

Los métodos de contacto con las organizaciones en las redes sociales son fundamentales para mejorar la experiencia del cliente, fomentando credibilidad, confianza y claramente facilitando la forma de comunicación y atención del cliente, en este caso la página empresarial de Facebook de Ofimuebles cuenta con botones muy importantes, los cuales permiten tener dicho contacto directo con la organización, los botones encontrados en la página son: WhatsApp, Messenger, Seguir.

En cuanto a la sección detalles, la empresa presenta su número de contacto, la dirección de la página web, cuenta con 3 opiniones satisfactorias de clientes pero aún no tiene estrellas de calificación, y podría ser ésta una oportunidad de influir en la percepción de los clientes a futuro.

Descripción de bienvenida y presentación de empresa:

La caja o espacio de descripción en el perfil empresarial de Facebook proporciona información muy clave e importante sobre la empresa, presentándola al público, facilitando la búsqueda, presentando expectativas a los usuarios, generando confianza y credibilidad con los seguidores o clientes potenciales, para el caso de la página de Facebook de ofimuebles, la descripción inicial que se visualiza en el perfil es corta, limitada y al final se encuentra incompleta, está denotada textualmente así: “Suministro y mantenimiento de mobiliario de oficina, (sillas, escritorios, divisiones modulares), Co”.

Publicaciones fotográficas:

Publicar fotografías en la página empresarial atrae o llama la atención, mejoran el engagement (forma y manera como los usuarios interactúan con la página), vuelven el contenido más memorable y ayudan a reforzar de muchas formas la identidad de marca, teniendo presente ello, se realiza una revisión de la página de Facebook “Ofimuebles Colombia”, y se visualizan publicaciones en lapsos de tiempo lejanos (aproximadamente 2 por mes). Las publicaciones están acompañadas por fotografías de trabajos realizados, algo de texto, hashtags relacionados con la empresa, número de contacto para cotizaciones y correo electrónico en algunos casos.

Publicaciones en video:

Las publicaciones de videos en la página de Facebook de ofimuebles, generarían el aumento en el alcance y la visibilidad de la marca, ofrece al público un contenido más atractivo y dinámico. Haciendo una revisión de las publicaciones referente a los videos, se logró determinar que Ofimuebles desde el 25 de enero del 2022, no realiza ésta actividad dentro del perfil.

Reels:

Los reels dentro de la página de Facebook, además de aumentar el alcance y engagement, permiten ofrecer en cortos segundos un contenido llamativo y atractivo para el cliente, demostrando que la organización se encuentra en actualización continua con las tendencias en redes sociales, en la Fan page de ofimuebles al realizar el rastreo de datos, se cuenta con un total de 2 reels publicados en las siguientes fechas: 05 octubre 2023 y 20 septiembre 2023.

Relación de Facebook con las demás redes de la empresa:

Generar conexiones. Es crucial ofrecerle a los seguidores o clientes potenciales el conocer que páginas web o redes manejas, esto permitirá ampliar el alcance de la marca, aumentar el tráfico a las distintas plataformas de la organización y claramente mejor comunicación y experiencia con la audiencia. Dentro de la página de Facebook se encuentra la relación con WhatsApp business pero no se logra visualizar la existencia de redes como Tiktok e Instagram.

Evidencia Red Social en computador y teléfono.

Ilustración 22 Red social Facebook





Fuente: Facebook Ofimuebles. <https://www.facebook.com/ofimueblescolomb>

RED SOCIAL INSTAGRAM

Nombre de la página:

La indagación en esta red social se inicia desde la perspectiva del cliente, donde se prioriza la búsqueda de acuerdo al logotipo corporativo de la empresa.

En esta búsqueda se aplican nuevamente los ítems denotados como: “Ofimuebles Popayán”, “Ofimuebles Popayán S.A.S”, “Ofimuebles”, “Ofimuebles S.A.S”, y en esta ocasión se logran encontrar varios perfiles registrados con nombres parecidos o similares, los cuales pueden impactar a la adecuada búsqueda de la organización en esta red social.

- El primer perfil encontrado es “Ofimuebles_popayan”, pero que no cuenta con ningún tipo de información dentro de la red, creando un tipo de señuelo en la búsqueda de la organización.
- El segundo perfil registrado, se encuentra como “ofimueblescolombia” y este hace parte de una organización ubicada en la ciudad de Bogotá, llamada OFIMUEBLES CORP SAS.
- El tercer perfil es “sas_ofimuebles”, esta organización está ubicada en el país de Venezuela y ocupa en su descripción, el nombre ofimuebles.

Finalmente se realiza la búsqueda como “ofimuebles colombia” y se logra visualizar por un lado el segundo perfil registrado (Ofimuebles Corp SAS) y por otro lado, la empresa caucana que deseamos conocer, la cual se distingue únicamente por un guion bajo “ofimuebles_colombia”

Impresión visual del perfil:

En el perfil “ofimuebles_colombia” se logra visualizar el logotipo corporativo pero con un cambio que inicialmente se registra en este presente documento.

- Se pasa de Ofimuebles Popayán a Ofimuebles Colombia

Ilustración 23 Logos Ofimuebles



Descripción de bienvenida y presentación de empresa:

La descripción de bienvenida y presentación de la empresa en la plataforma de instagram permite ofrecer una impresión positiva al usuario, establece identidad de la marca y proporciona datos importantes para el consumidor, adicionalmente mejora la visibilidad y permite interactuar con la audiencia. Para el caso de la plataforma de instagram de ofimuebles, se encuentra un hashtag con el slogan de la empresa “#undesafioalcalidad; ofrece una descripción breve de su actividad y ubicación.

Métodos de contacto con la empresa:

La empresa Ofimuebles en su plataforma de instagram facilita un link que re direcciona al cliente a una página que le permite seleccionar si desea contactarse mediante el canal de WhatsApp o ingresar a la página web permitiendo la generación de tráfico en ambas plataformas.

Por otro lado dentro de su perfil ofrece generar interacción mediante botones como: Seguir, Mensaje, Contacto, ayudando a mejorar de cierto modo la experiencia con el perfil.

Historias destacadas o highlights instagram:

El destacar contenido relevante para la organización es fundamental pues permite generar identidad de marca; las historias desatacadas ayudan a organizar el contenido de forma más efectiva, prolongando la visibilidad del contenido y aumentando la participación con la audiencia, en el caso de ofimuebles se destaca productos o servicios como: mantenimientos, sillas, clientes, medios de pagos, contactos.

Publicaciones fotográficas:

Mantener la interacción con los usuarios o posibles clientes potenciales, requiere de credibilidad y confianza en la marca, por ello es importante mantener la publicación constante y de calidad de fotografías de proyectos realizados, proyectos en etapa de desarrollo o un vs del antes y después del algún proyecto, ofimuebles dentro del perfil creado desde marzo del 2018, se visualizan un total de 135 publicaciones realizadas, donde presentan sus diversos productos, cabe resaltar que las publicaciones no son realizadas con frecuencia.

Publicaciones en video:

La captación de audiencia es indispensable para ver el crecimiento de una red social, por ello al realizar esta actividad de publicación de videos, se permitirá generar mayor engagement, ofrecer contenido dinámico y versátil, narraciones de proyectos realizados generando confianza en los usuarios, e incluso se puede aprovechar esta actividad para realizar la promoción de productos o servicios, respecto a la revisión hecha a ofimuebles en su plataforma de instagram, se cuentan con 21 videos publicados desde la creación del perfil en instagram y la publicación de los mismos no es constante.

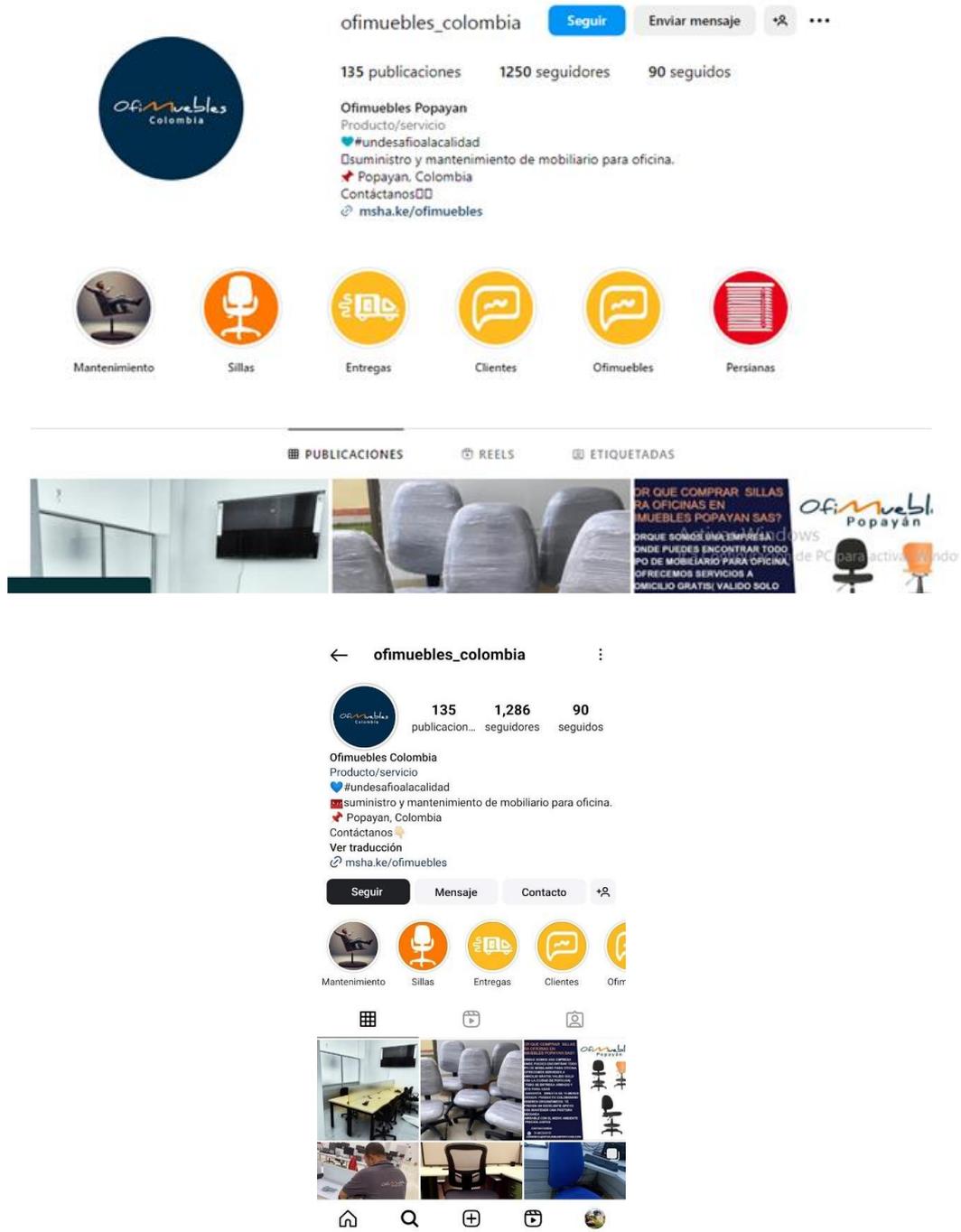
Relación de Instagram con las demás redes de la empresa

La creación de tráfico entre varias redes de una misma organización en este caso de ofimuebles, debe ayudarse con la aleación de las diversas páginas y redes, pues esta es otra forma de mejorar la interacción para los usuarios.

Para este caso, la página solo realiza la relación con WhatsApp business y la página web.

Evidencia Red Social en teléfono y computador

Ilustración 24 Red social Instagram



Fuente: Instagram Ofimuebles.

https://www.instagram.com/ofimuebles_colombia?igsh=OXh5b2lxaWlscTY0

RED SOCIAL TIK TOK

Nombre de la página

Se encuentra una red social que no se logra ubicar de acuerdo al logotipo corporativo de la empresa, sino que volviendo al caso de la red social Facebook e Instagram, se relaciona como OFIMUEBLES COLOMBIA, se encuentra registrada en esta red social como @ofimuebles_colomb.

Impresión visual del perfil

Crear identidad visual coherente, ofrecer y transmitir profesionalismo y credibilidad a los usuarios y facilitar el reconocimiento de la marca, permitirá construir una imagen más sólida de la empresa, en el caso de ofimuebles se encuentra un perfil muy simple a nivel de detalles, su logo ya no es fondo azul como las demás redes sino que en este caso es color blanco como se suele encontrar en las demás plataformas.

Métodos de contacto con la empresa

Ofrecer una adecuada experiencia al usuario, implica en el caso de las redes sociales mantener actualizados los datos de contacto y detalles en cualquier plataforma, en la red social de Tiktok sólo se encuentra un medio de contacto y es el correo electrónico.

Descripción de bienvenida y presentación de empresa

Al ser TikTok una red social muy popular de entretenimiento y medios de comunicación donde la interacción es más alta gracias a sus algoritmos, es importante ofrecer datos pertinentes para que los usuarios o posibles clientes, puedan encontrar ubicación efectiva en dicha red social. Ofimuebles solo ofrece en esta plataforma a nivel de detalle una frase corta denotada así: “suministro e instalación de mobiliario de oficina”.

Publicaciones en video

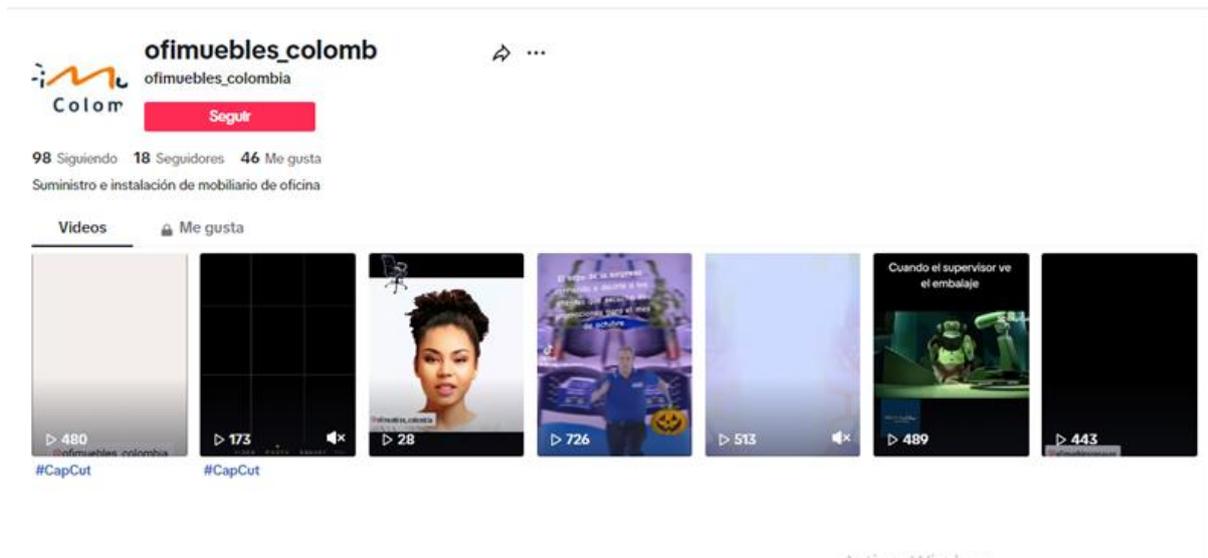
La constancia y calidad de publicaciones al momento de tener una red social como tiktok juega un papel importante para generar interacción en la plataforma, en el caso de la empresa se cuenta con ocho publicaciones creadas a partir del 27 de septiembre del año 2023.

Relación de Tik Tok con las demás redes de la empresa

Solamente se relaciona con el correo electrónico como medio de contacto.

Evidencia Red Social

Ilustración 25 Red social TikTok



Fuente: TikTok Ofimuebles. https://www.tiktok.com/@ofimuebles_colomb? t=8lOeUjcHwYf& r=1

RED SOCIAL WHATSAPP BUSINESS

WhatsApp Business es un tipo de plataforma empresarial que permite una comunicación con los usuarios de forma más directa; Su debida configuración facilita la forma de interacción mediante respuestas automáticas, etiquetas de mensajes, catálogos de ventas, entre otras convirtiéndose de cierto modo en una herramienta valiosa para las empresas, microempresas o emprendimientos.

Descripción de bienvenida y atención

Este canal empresarial se encuentra enlazado a la red de Facebook, Instagram y a la página web de la organización; al realizar el ingreso por las redes de Facebook e Instagram, se logra evidenciar que la velocidad de carga para ingresar a la plataforma de Business es adecuada, y una vez el cliente se contacta mediante esta red social empresarial, el boot automático efectúa el recibimiento el cual permite saber con quién te comunicas y que deseas como cliente.

Ilustración 26 Bienvenida - WhatsApp Business



Fuente: WhatsApp business ofimuebles

Impresión visual del perfil

La interfaz que ofrece la plataforma de WhatsApp business, permite visualizar el logo de la empresa en su foto de perfil, su imagen de fondo de portada no se muestra en su totalidad pero permite sacar una conclusión de a qué se dedica la organización y con que trabaja.

Posterior al nombre de la empresa, se encuentra un enunciado que permite conocer en qué áreas de trabajo se enfoca la empresa y que podremos conseguir como clientes; para ello, dentro de la interfaz de WhatsApp business la empresa Ofimuebles Popayán S.A.S ofrece a los clientes un catálogo que consta de 48 fotos de los referencias para oficinas y hogares, estos se evidencian en el catálogo de productos que ofrece.

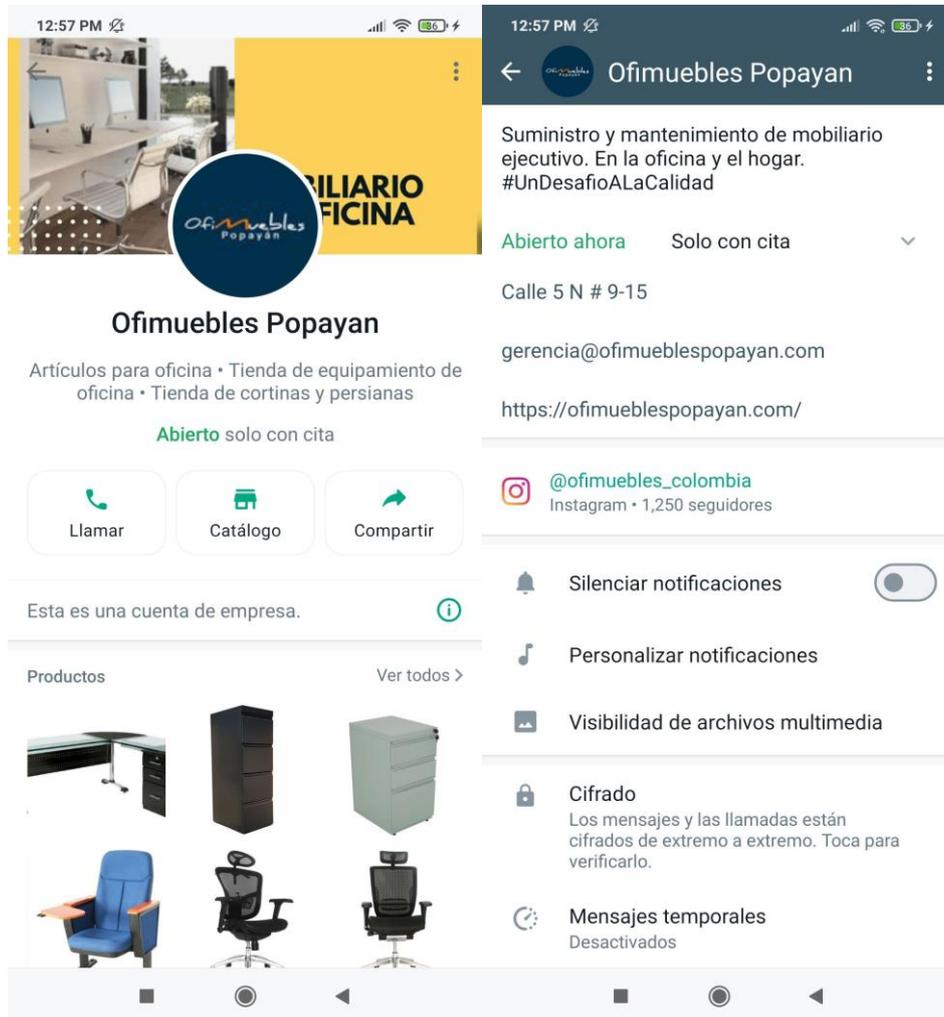
Métodos de contacto con la empresa

Ofimuebles mediante esta red social empresarial, también da a conocer información relevante para el consumidor de sus productos y servicios, aquí se encuentran los horarios de

atención, modalidad de atención, dirección de correo electrónico, y link de la página web; finalmente se encuentra enlazada con google Maps una dirección de ubicación, pero al ingresar, te lleva al departamento del Valle del Cauca, ocasionando una distorsión en la información ofrecida para llegar a la empresa en la ciudad de Popayán.

Evidencia Red social empresarial

Ilustración 27 Red social empresarial WhatsApp Business



Fuente: WhatsApp business ofimuebles

4.5.2 Objetivo

Teniendo presente el análisis realizado a las redes sociales Facebook, Instagram, Tiktok y la red social empresarial WhatsApp Business, el objetivo principal es:

Incrementar la percepción de la marca mediante diversas estrategias de mejoras en las redes sociales de la empresa Ofimuebles Popayán S.A.S

4.5.3 Estrategia

4.5.3.1 Optimización en los perfiles de las redes sociales y empresariales

Realizar una adecuada optimización de los perfiles en redes sociales y empresariales, permitirá ofrecer a los usuarios y clientes una imagen profesional y llamativa generando mayor confianza para ellos.

Primeramente se debe tener claridad referente al nombre con el que se pretende dar a conocer la organización, por ello es fundamental establecer en todas las redes sociales el nombre oficial de la página, y logotipo de la empresa pues de esta manera la audiencia podrá reconocer fácilmente la organización.

Teniendo en cuenta el detalle anterior, mediante la utilización de Inteligencia artificial - IA se diseña un nuevo logo que podría ser utilizado para la organización o se deja el link por si se desea crear algo distinto.

Ilustración 28 Proyección Nuevo Logo Ofimuebles.



Fuente: Logomaster.ai obtenido de <https://app.logomaster.ai/es/edit>

Por otro lado, referente a las redes sociales de Facebook y WhatsApp Business que utilizan fondos de perfil y portada, se deben implementar fotografías de alta calidad más dinámicas y de colores atractivos visualmente, con el propósito de llamar la atención del cliente y usuarios seguidores de éstas redes, se pueden utilizar diferentes plataformas de diseño y comunicación como por ejemplo: Canva, Wave.video, Adobe Express, Pixlr X, CapCut; por

otro lado también se pueden manejar imágenes sin copyright, para ayudar con estas imágenes a crear publicaciones llamativas para los usuarios y ofrecer variedad a la hora de publicar post o videos..

4.5.3.2 Descripción completa de la información del perfil

Este ítem se debe aplicar a todas las redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok), aquí se puede indicar que tipo de productos o servicios se ofrecen como empresa, además podría agregarse el eslogan de la empresa, o incluso se puede destacar un corto llamado a la acción en palabras, lo ideal es que la frase genere confianza o que haga sentir al cliente mucha familiaridad con la marca, es fundamental recordar que dentro esta descripción se deben ubicar palabras claves relevantes, facilitando la búsqueda de los usuarios.

En la sección de descripción, cabe la posibilidad de agregar links de página web, canal de WhatsApp, u otras redes sociales, con el fin de dirigir el tráfico hacia los demás canales de comunicación con los que cuenta la empresa.

4.5.3.3 Detallar Ubicación

Ofrecer una ubicación exacta de la compañía, en todas las redes sociales procura presentar la dirección y lugar de ubicación exacta; si se realizan conexiones con la app de google Maps, verificar que la ubicación esté bien señalizada para darle al cliente información precisa.

4.5.3.4 Enlazar cuentas de redes sociales y empresariales

Al optimizar las cuentas de la organización, se busca crear una especie de red que permita interconectar todas las redes y páginas con las que cuenta Ofimuebles Popayán S.A.S, con base a lo anterior, es considerable enlazar todas las redes, ya sea mediante links que re direccionan a las demás páginas, botones de llamado a la acción o un link general que al usarlo abra una página donde muestre todas las redes con las que cuenta la organización, y de esta manera ofrecer perfiles más completos (Facebook, Instagram, Tiktok, WhatsApp Business y página web).

4.5.3.5 Calendario editorial para redes sociales

Para poder gestionar adecuadamente varias redes sociales al mismo tiempo, es imprescindible llevar a cabo una proyección adecuada que permita mantener a flote las páginas

y redes sociales para así obtener resultados esperados; es por ello que la creación de un calendario de contenido, es indispensable para tener presencia constante y relevante en línea, permitiendo así planificar con anticipación los post, generar lluvia de ideas que se puedan plasmar en las redes sociales, tener presente fechas importantes, estar al tanto de las tendencias en el mercado líder, coordinar diversas actividades entre departamentos, entre muchas cosas más.

Tips para la creación del calendario de contenido para redes sociales

- **Establece objetivos claros:** Definir bien los objetivos de marketing digital en redes sociales para la empresa, por ejemplo: Generar leads, aumentar las ventas, mejorar el reconocimiento de marca, aumentar la interacción, etc. Esto permitirá tener una meta clara en los periodos de tiempo que defina la empresa.
- **Conoce tu audiencia:** Realizar una previa investigación a tu audiencia para determinar sus intereses, necesidades, y tendencias, para ofrecerle a los usuarios o clientes, un contenido atractivo.
- **Identificar los temas y tipos de contenido:** Una vez obtenidos los datos anteriores, realizar una lista de temas de interés para tu audiencia, y determina qué tipo de contenido se va a usar para cada tema de interés, por ejemplo si se va a ofrecer un proyecto para hogar u oficina, que herramienta se va a utilizar, videos, infografías, tutoriales, citas llamativas, fotografías, blogs, etc.
- Utiliza un calendario de contenido: Existen varias plataformas para organizar y planificar un calendario de contenido, entre ellas se pueden encontrar: Google calendar, Asana, Trello, Hootsuite, Buffer, Canva pro, Sprout social, entre otras.
- **Frecuencias de publicación:** Establece con qué frecuencia (días, horarios específicos) publicarás en cada red social o plataforma, teniendo presente en no afectar la constancia y la calidad del contenido que presentas a los usuarios.
- **Mix de contenido:** crea variación respecto al tipo de contenido que se publica en las redes sociales o plataformas, esto con el fin de mantener el interés del público a quienes les ofreces el contenido, por ejemplo: contenido promocional, inspirador, educativo, interactivo, de entretenimiento, productos, etc.
- **Planificación oportuna:** Separa el tiempo para organizar, planificar y programar el contenido con anticipación, para no improvisar respecto al contenido que ofreces.

- **Medición y ajuste:** Realiza un monitoreo de análisis a los rendimientos que se obtienen en cada red social y página web, presta debida atención a las métricas que ofrezcan los cuadros de análisis, pues esta información permitirá ajustar la estrategia de marketing y se optimizarán muchas variables para tener mejor rendimiento frente al contenido presentado.

4.5.3.6 Creación de contenido relevante y de calidad para el público objetivo

Con el calendario organizado, será de gran utilidad publicar contenido (fotografías, historias, videos, reels etc.) de forma regular, de calidad y de gran utilidad para el público. En este espacio se pueden abarcar temas relacionados con el sector de interés, testimonios de experiencias de clientes, testimonios de experiencias de los empresarios, proyectos en curso o terminados, futuros proyectos, descuentos y promociones, fechas especiales, equipo de talento humano, entre otros.

Para llevar a cabo la publicación de estos contenidos, se pueden aprovechar herramientas que brindan algunas de las plataformas, por ejemplo, dejar publicaciones programadas para anunciarse o publicarse en determinado día y a determinada hora, facilitando así, avanzar en diversas actividades a presentar en las plataformas digitales.

4.5.3.7 Canales de difusión que ofrecen las plataformas

Existen diversas plataformas como Facebook, WhatsApp Business e Instagram que ofrecen la creación de canales de difusión para dar a conocer noticias nuevas, productos en promoción o descuentos, e interacción con los clientes, esta puede ser una posible forma de comunicación con las empresas que requieran los servicios o productos de Ofimuebles y se podría aprovechar en gran forma en la red empresarial de WhatsApp por ser ésta la principal forma de contacto con los clientes potenciales.

4.5.3.8 Anuncios con Facebook Ads (FACEBOOK)

Hay muchas herramientas que permiten ofrecer grandes beneficios en redes sociales, una de ellas es Facebook Ads, este “Es el sistema publicitario online de Facebook. Con esta plataforma de publicidad, la red social permite promocionar los contenidos de cualquier página de empresa de Facebook. Así las tiendas online, las empresas o aplicaciones pueden publicitarse y pagar solamente por los clics recibidos.” (Martín, 2022)

Con esta herramienta se pueden realizar anuncios esporádicos o establecer cierta cantidad de anuncios mes a mes, todo dependiendo del empresario, cuyo fin puede ser definido de acuerdo a la necesidad que tenga la empresa o que quiera suplir en su momento, por ejemplo, Facebook ads ofrece la opción de crear anuncios así:

- **Promocionar una publicación:**

Aquí se usan las publicaciones realizadas, eventos que se quieran presentar o empleos que se pretendan ofertar, todo ello con el fin de crear un anuncio.

- **Crear nuevo anuncio:**

Permite crear el anuncio desde cero, con texto, fotos o videos, y de esta manera promocionar el emprendimiento, negocio, o idea de trabajo.

- **Empezar a usar los anuncios automatizados:**

Facebook te ofrece ciertas recomendaciones para establecer un anuncio conveniente para tu fan page y así tener un control de tus post.

Estas opciones brindadas por Facebook, además de permitir escoger como deseas crear el anuncio, también te brinda tres objetivos para el anuncio a publicar, facilitando la obtención de resultados favorables.

Primeramente Facebook ads te ofrece la opción de seleccionar cual es el objetivo que mejor se ajusta a la necesidad de la empresa o persona, y esto lo realiza de la siguiente manera:

- **Automático:** Aquí Facebook analiza tus datos y automáticamente selecciona el objetivo más relevante para tu página.
- **Recibir más mensajes:** Esta opción permite mostrar el anuncio a las personas que cuenten con más posibilidades de contactar con la organización ya sea mediante Facebook, WhatsApp o Instagram.
- **Conseguir más interacción:** Por otro lado, esta opción muestra el anuncio a aquellas personas que según el algoritmo, tengan más posibilidades de comentarlo, compartirlo o reaccionar al anuncio.

Otra de las opciones que te permite configurar Facebook Ads son los mensajes de bienvenida para quienes deseen contactarse contigo directamente por su canal de chat de

Facebook, ofreciendo al cliente, una opción más rápida para que el asesor pueda comunicarse con él.

Continuando con la configuración de Facebook Ads en sus anuncios permite seleccionar una segmentación acorde a la necesidad de tu anuncio o lo que deseas conseguir y en qué plataformas deseas que sea publicado el anuncio, ayudando a tener una delimitación más puntual y claramente mejorando los posibles resultados obtenidos.

Referente al presupuesto de las publicaciones, Facebook Ads te ofrece una estimación de resultados diarios obtenidos y un aproximado de cuántas personas podría alcanzar la publicación y esto varía de acuerdo a la cantidad de días que se desea tener publicado el anuncio y depende también del objetivo seleccionado anteriormente.

Evidencia de anuncio.

Ilustración 29 Anuncio Facebook Ads

The image displays three sequential screenshots of the Facebook Ads configuration interface. The first screenshot shows the 'Promocionar publicación' screen with the 'Objetivo' (Objective) section. The 'Conseguir más interacción' (Get more interactions) objective is selected. The second screenshot shows the 'Público Advantage' (Audience Advantage) section, where the target location is 'Colombia' and the age range is '18 - 65+'. The 'Ubicaciones' (Locations) section shows 'Facebook', 'Instagram', and 'Messenger' are selected. The third screenshot shows the 'Promocionar publicación' screen with the 'Resultados diarios estimados' (Estimated daily results) section. The budget is set to '\$30 000' and the duration is '5' days. The estimated results are 'Interacción con la publicación' (120 - 308) and 'Personas alcanzadas' (902 - 2,6 mil).

Fuente: Perfil empresarial - Facebook

4.5.3.9 Presentación de Catálogos (WHATSAPP BUSINESS)

Existen muchas formas de sintetizar varios productos en un solo espacio y WhatsApp Business es una de ellas, siendo una red empresarial, es realmente importante presentar evidencias fotográficas de los proyectos o productos y servicios ofrecidos al cliente interesado, además de publicar las fotografías, se podrían indicar detalles de los productos, ejemplos: tamaños, colores, si hay disponibilidad o no y tiempos de entrega, facilitándole a los clientes la toma de decisiones y si desean concretar una cita, las preguntas serían más puntuales.

4.5.4 Plan De Acción

Tabla 9 Plan de acción - Marketing en redes sociales

4.5 Marketing En Redes Sociales (Social Media Marketing)			
ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
		Días	
Optimización en los perfiles de las redes sociales y empresariales	Comunicador social o Pasante de Comunicación Social	5	\$ 216.665
Descripción completa de la información del perfil	Comunicador social o Pasante de Comunicación Social		
Detallar Ubicación	Comunicador social o Pasante de Comunicación Social		
Enlazar cuentas de redes sociales y empresariales	Comunicador social o Pasante de Comunicación Social		
Calendario editorial para redes sociales (6 meses)	Comunicador social o Pasante de Comunicación Social	1	\$ 43.333
Creación de contenido relevante y de calidad para el público objetivo (12 meses)	Comunicador social o Pasante de Comunicación Social	60	\$ 500.000
Canales de difusión que ofrecen las plataformas (12 meses)	Comunicador social o Pasante de Comunicación Social		
Anuncios con Facebook Ads (FACEBOOK) (12 meses x 5 días anuncio)	Comunicador social o Pasante de Comunicación Social	12	\$ 236.040
Presentación de Catálogos (WHATSAPP BUSINESS)	Comunicador social o Pasante de Comunicación Social	4	\$ 173.332
PRESUPUESTO TOTAL PLAN DE ACCIÓN			\$ 1.169.370

Fuente: Elaboración Propia

5. Cronograma De Ejecución Del Plan De Mercadeo Electrónico (1 Año)

Tabla 10 Cronograma de ejecución a 1 año

1. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN DEL PLAN DE MERCADEO ELECTRÓNICO (1 AÑO)													
No.	ACTIVIDAD / HERRAMIENTA DE MERCADEO ELECTRÓNICO	1M	2M	3M	4M	5M	6M	7M	8M	9M	10M	11M	12M
1	SITIO WEB (WEB SITE)	X	X	X									
2	POSICIONAMIENTO ORGÁNICO EN MOTORES DE BÚSQUEDA WEB (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION - SEO)	X	X	X									
3	MARKETING EN MOTORES DE BÚSQUEDA WEB (SEARCH ENGINE MARKETING - SEM)				X	X	X	X	X	X	X	X	X
4	MARKETING POR CORREO ELECTRÓNICO (EMAIL MARKETING)	X		X		X		X		X		X	
5	MARKETING EN REDES SOCIALES (SOCIAL MEDIA MARKETING)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Fuente: Elaboración Propia

6. Presupuesto Global Del Plan De Mercadeo Electrónico

Tabla 11 Presupuesto Global

1. PRESUPUESTO GLOBAL DEL PLAN DE MERCADEO ELECTRÓNICO	
ACTIVIDAD / HERRAMIENTA DE MERCADEO ELECTRÓNICO	INVERSIÓN
SITIO WEB (WEB SITE)	\$ 1.733.320
POSICIONAMIENTO ORGÁNICO EN MOTORES DE BÚSQUEDA WEB (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION - SEO)	\$ 500.000
MARKETING EN MOTORES DE BÚSQUEDA WEB (SEARCH ENGINE MARKETING - SEM)	\$ 937.197

ELECTRÓNICO (EMAIL MARKETING)	\$ 563.329
MARKETING EN REDES SOCIALES (SOCIAL MEDIA MARKETING)	\$ 1.169.370
TOTAL	\$ 4.903.216

7. **Fuente:** Elaboración Propia

Conclusiones

En un entorno cada vez más dinámico y competitivo donde se tienen en cuenta los crecimientos tecnológicos y económicos del mundo, los países y de las regiones, es de vital importancia considerar la puesta en marcha del diseño de plan de marketing digital elaborada para la empresa Ofimuebles Popayán S.A.S, ya que esta herramienta podría representar una gran oportunidad estratégica para potenciar la visibilidad y conocimiento de la marca, maximizando así el alcance a nuevos mercados.

Una vez realizado el análisis anteriormente detallado de la empresa Ofimuebles Popayán S.A.S y teniendo en cuenta las diversas variables que afectan a la empresa con respecto al marketing digital, se establecen diversas estrategias y herramientas que contribuirán al desarrollo oportuno de las diversas herramientas de mercadeo electrónico como: Desarrollo, Posicionamiento y marketing del sitio web, adicionalmente se trabajan los aspectos relacionados con el email marketing y marketing en las redes sociales.

Cada una de estas herramientas se analizaron y desarrollaron con el propósito de optimizar y posicionar la marca Ofimuebles Popayán S.A.S, llegando de esta manera a un público objetivo, que permita obtener resultados efectivos a través de cada estrategia planteada, y procurando la atracción de clientes potenciales, el aumento de la visibilidad de los productos de la empresa, y a futuro tener un crecimiento en la rentabilidad de la organización, contribuyendo de esta manera al crecimiento de la organización y obteniendo una buena consolidación como referente en la industria mobiliaria a nivel departamental y regional.

Bibliografía

ChatGPT. (2024). *Chat GPT*. Obtenido de <https://chat.openai.com/c/a1f98eb7-3826-46ce-8c81-3ab1f3a66a14>

Martín, S. (09 de Diciembre de 2022). *Metricool*. Obtenido de <https://metricool.com/es/que-es-facebook-ads/#:~:text=Es%20el%20sistema%20publicitario%20online,solamente%20por%20los%20clics%20recibidos.>