

FORTALECIMIENTO DE LA VISIBILIDAD DE LA AGENCIA EIVOS POR MEDIO DE
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN LAS PLATAFORMAS DIGITALES

ANDREA NATHALIA CEDIEL DOMÍNGUEZ

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA – SECCIONAL BUCARAMANGA

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL- PERIODISMO

BUCARAMANGA

2019

FORTALECIMIENTO DE LA VISIBILIDAD DE LA AGENCIA EIVOS POR MEDIO DE
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN LAS PLATAFORMAS DIGITALES

Andrea Nathalia Cediél Domínguez

Trabajo de grado para optar el título de comunicadora social-periodista

Modalidad- Pasantía

Supervisora

Lina María Alvarado Rueda

Magíster en Comunicación Digital

Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Bucaramanga

Escuela de Ciencias Sociales

Facultad de Comunicación Social- Periodismo

Bucaramanga

2019

Aval del proyecto de grado modalidad pasantía en la agencia eivos

Mediante la presente se da el aval al trabajo final en la modalidad pasantía que da cuenta del ejercicio realizado por Andrea Nathalia Cediél Domínguez en la agencia eivos durante un periodo de seis meses (del 10 de diciembre 2018 al 10 junio de 2019).



Yohanna Rozo Barrera

Directora de marketing digital y medios

Eivos

301 2067149

Nota de aceptación

Firma de jurado

Firma de jurado

Firma de jurado

Bucaramanga,

Tabla de contenido

Introducción	9
Identificación de la organización	11
Misión	12
Visión	12
Objetivos	13
Objetivo general	13
Objetivos específicos	13
Referente conceptual	14
Propuesta estratégica	20
Acciones desarrolladas	22
DOFA	23
Campañas publicitarias para clientes de eivos	25
Conclusiones y Recomendaciones	30
Referencias bibliográficas	32
Anexos	34

Tabla de anexos

Anexo A: Formulario de entrevistas	34
Anexo B: Cronograma de contenidos para redes sociales	35
Anexo C: Publicación de videos "eivos sabe"	38
Anexo D: Cronograma de contenidos para el blog	40
Anexo E: Captura de pantalla del Benchmarking	41
Anexo F: Textos para blog eivos	42

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: FORTALECIMIENTO DE LA VISIBILIDAD DE LA AGENCIA EIVOS POR MEDIO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN LAS PLATAFORMAS DIGITALES

AUTOR(ES): ANDREA NATHALIA CEDIEL DOMÍNGUEZ

PROGRAMA: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR(A): LINA MARÍA ALVARADO RUEDA

RESUMEN

El presente trabajo de pasantía realizado en la agencia eivos tiene como objetivo fortalecer la visibilidad de la agencia por medio de estrategias de comunicación y contenidos en las plataformas digitales, para esto se realizó en primera instancia un análisis interno y externo con el fin de determinar el enfoque adecuado en el plan de trabajo. Posteriormente se inició con la realización de contenidos digitales en las diferentes plataformas como las redes sociales y el blog de la agencia, desarrollando campañas en las cuentas de Instagram, Facebook y Twitter para aumentar los seguidores e incrementar las interacciones en ellas, apoyando la estrategia SEO con los contenidos del blog. La constante alimentación de estas plataformas y la creación de un nuevo proyecto digital: 'eivos sabe' para estas mismas, se planteó en el plan de trabajo con el fin de generar contenidos en temas de marketing y publicidad para sus usuarios que son su público objetivo, lo cual ha ganado mayor interacción e interés en las plataformas digitales. El trabajo durante la agencia también trazó como objetivo apoyar la realización de campañas digitales que proyecten credibilidad y confianza hacia los clientes de eivos, es decir, se crearon nuevos conceptos digitales para diferentes campañas y se realizó el manejo de las redes para los clientes en los objetivos que se plantearon con el fin de generar mayor visibilidad en las plataformas digitales se lograron gracias a la adecuada planeación de los contenidos por medio de un cronograma que garantiza la contante publicación de contenidos en las redes sociales. Las recomendaciones que se presentan son la importancia de un constante manejo y actualización de estas plataformas, así como la creación de contenidos para sus públicos.

PALABRAS CLAVE:

comunicación digital, redes sociales, marketing, digital



Vº Bº DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: STRENGTHENING THE VISIBILITY OF THE AGENCY EIVOS THROUGH COMMUNICATION STRATEGIES IN THE DIGITAL PLATFORMS.

AUTHOR(S): ANDREA NATHALIA CEDIEL DOMÍNGUEZ

FACULTY: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR: LINA MARÍA ALVARADO RUEDA

ABSTRACT

The present internship work carried out in the eivos agency has as objective to strengthen the visibility of the agency through communication strategies and content in the digital platforms, for this an internal and external analysis was carried out in the first instance in order to determine the appropriate approach in the work plan. Subsequently, it began with the realization of digital content on different platforms such as social networks and the agency's blog, developing campaigns on the Instagram, Facebook and Twitter accounts to increase followers and increase interactions in them, supporting the SEO strategy with the contents of the blog. The constant feeding of these platforms and the creation of a new digital project: 'eivos sabe!' for these, was raised in the work plan in order to generate content on marketing and advertising for its users who are its target audience, which has gained more interaction and interest in digital platforms. The work during the agency also aimed to support the realization of digital campaigns that project credibility and trust towards the eivos clients, that is, new digital concepts were created for different campaigns and the management of the networks was carried out for the clients. As a conclusion, the objectives that were raised in order to generate greater visibility in the digital platforms were achieved thanks to the adequate planning of the contents through a timeline that guarantees the constant publication of contents in the social networks. The recommendations presented are the importance of constant management and updating of these platforms, as well as the creation of content for their audiences.

KEYWORDS:

digital communication, social networks, marketing, digital



V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

Introducción

Las empresas hoy en día se están enfrentando a una transformación digital, lo cual quiere decir, que deben pensar y actuar sus estrategias en el entorno online, los usuarios ahora se conquistan de una forma diferente, ya que ahora las emociones y los sentimientos entran a desempeñar un papel importante en la decisión de los clientes a través de los medios digitales. Así como ha cambiado la dinámica de las empresas, también cambia la forma de comunicarse, de encontrar a los clientes.

La comunicación digital ha generado cambios en la circulación en intercambio de bienes y servicios lo que se traduce, entre otras cosas, en la creación de nuevos espacios para el diseño de las estrategias de marketing, como lo es la importancia de los contenidos en las plataformas digitales. Por esta razón, las estrategias para mejorar la visibilidad de la agencia eivos se encuentran centradas en la parte digital, donde por medio de las redes sociales, uno de los canales más usados por los usuarios actualmente, logran alcanzar los objetivos.

En este trabajo con la agencia eivos se plantearon y planearon contenidos en torno a temas de marketing y publicidad, brindando información valiosa para los usuarios en diferentes formatos digitales como post y videos, los cuales fueron publicados en sus redes sociales. Se creó la estrategia SEO con la realización de contenidos de interés para el blog, como un gran canal de comunicación que transmite confianza y valor con los usuarios.

Las estrategias de marketing para la agencia consistieron en el trabajo de planeación y creación de contenidos para post publicitarios sobre tips de marketing y publicidad o de fechas importantes para la organización, también la creación de un nuevo proyecto, interactivo y

dinámico que logre comunicar la importancia y los beneficios de una agencia de marketing en las empresas. Con los objetivos planteados en este trabajo se quiere mostrar un buen trabajo de marketing digital interno, como ejemplo y reflejo para los clientes.

Con base de los resultados del análisis DOFA realizado en la agencia se pudo conocer la necesidad de una mejor imagen de la agencia como ejemplo de su propio trabajo para ofrecerse a sus clientes, es decir, generar una mejor visibilidad en el entorno digital por medio de contenidos relevantes y creativos que representen la esencia de la compañía. Fortaleciendo el trabajo digital por medio de las redes sociales como estrategia.

Identificación de la Organización

Con una apuesta atrevida e innovadora Eivos | Invent Happiness entra al mercado dentro del sector publicitario desde hace más de 15 años con la intención de descubrir nuevas oportunidades, trabajando en equipo, con equidad y responsabilidad, desarrollando iniciativas de compromiso con sus clientes y su región. Durante su trayectoria ha logrado consolidar estrategias que se han convertido en la esencia de la compañía, como el lema inventamos felicidad, “creemos en el cambio del mundo a través de la felicidad”, es así como se ha convertido en el objetivo más importante de la compañía, dar prioridad a las personas para lograr mejores resultados.

Creer en el trabajo en equipo para lograr mejores resultados, los ha llevado a trabajar en grandes experiencias, con otra de sus grandes estrategias, que es consolidada como una herramienta y es, TRABAJR JUNTOS, con la que han llegado a ser líderes en áreas del marketing como: Cyber, Advertising, Research & Business Intelligence, Media y Big Data. Eivos también se ha preocupado por el éxito de sus clientes y la competitividad e su región, siendo pionero de iniciativas como el estudio del Consumidor Digital y el Cyber Forum, este último gracias a su compromiso ha crecido año tras año siendo el encuentro más grande de Social Media en Bucaramanga.

Hoy la sociedad se encuentra inversa en una revolución tecnológica, por la cual los empresarios empiezan a dar un cambio en su forma de comunicar y de contactar a sus clientes, esta transición al cambio se convierte en el punto crucial para la sostenibilidad de su empresa, en la cual el marketing y la publicidad empiezan a tener un aporte importante en el crecimiento de

la compañía, donde la creatividad se desarrolla explorando nuevas oportunidades para las empresas, es por esto que aproximadamente el 35% de las empresas en Colombia venden en internet Según el Observatorio de ecommerce –OE, ahí surge la necesidad de hacer publicidad en internet, en redes, o plataformas digitales, ya que una gran mayoría de los posibles clientes lo encontraran ahí en la web.

El desarrollo de esta industria creativa en Bucaramanga ha generado gran competitividad en este campo, en las que se encuentran PVS, JPL, dardo creativo.

Misión

Observar el mundo y descubrir oportunidades, para que a través de la invención nuestros clientes y nosotros inspiremos momentos de optimismo y felicidad, creando valor y marcando la diferencia.

Visión

Eivos | Invent Happiness ha sido llamada a liderar procesos de investigación, innovación y creatividad, con el fin de diseñar nuevas dinámicas sociales para el logro de la felicidad. Por esto trabajamos cada día con el fin de lograr ser un equipo de personas extraordinarias y felices que hacen cosas extraordinarias que aportan felicidad a otros. En el año 2018 seremos la compañía líder en la creación de dinámicas que generen felicidad para nuestros clientes, consumidores y grupos de interés.

Objetivos

General:

Fortalecer la visibilidad de la agencia eivos por medio de estrategias de comunicación y contenido en las plataformas digitales

Específicos:

Identificar aspectos claves en relación con las estrategias y/o acciones realizadas por la agencia en sus plataformas digitales.

Desarrollar campañas en redes sociales para aumentar los seguidores e incrementar las interacciones en ellas.

Apoyar la realización de campañas digitales que proyecten credibilidad y confianza hacia los clientes de eivos.

Desarrollar las demás actividades asignadas por la agencia.

Referente conceptual

Comunicación digital: internet y su evolución en el cambio de prácticas sociales

La sociedad hoy está viviendo el resultado de una transformación digital, la cual ha permitido experimentar diferentes cambios en los comportamientos y las tendencias tanto por parte de las empresas como en los consumidores, en esta nueva era de digitalización la información entra a desempeñar un papel muy importante y valioso.

Los consumidores han cambiado la forma de comunicarse, ya que ahora pasan más tiempo conectados y todas sus actividades prefieren hacerlas en la web, estos comportamientos modificaron la forma de consumir información, lo que también genera cambios en la difusión, información y comercialización de bienes y servicios.

De esta manera empiezan cambios en el esquema de la comunicación, pasando de una comunicación clásica, que emerge en la sociedad industrial, a una comunicación de las TIC, que es la sociedad de la información, ya que es multidireccional y transversal dejando a un lado la comunicación jerárquica.

El avance a la nueva Era Digital abre muchas brechas en la transmisión de la información y la comunicación ya que hay una evolución más especializada de los contenidos con mayor inmediatez.

La esencia de estos new media no es la mera digitalización del medio tradicional y su cambio de formato sobre una nueva tecnología, sino que la digitalización de los media plantea una reconfiguración en la esencia propia del medio, permitiendo al usuario la profundización en los temas y el acceso aleatorio a los contenidos (Jódar, Sf).

Esto ha ido generando que los consumidores cada vez tengan más poder en el mercado, ya que pueden acceder y opinar sobre las empresas abiertamente por medio de las plataformas digitales, como, por ejemplo, las redes sociales que han logrado un gran auge no solo para los usuarios sino para las empresas, ya que empiezan hacer de estas plataformas estrategias para captar más clientes o promocionarse.

Internet se ha transformado en una herramienta fundamental, no sólo para comunicarnos, entretenernos o informarnos, sino que es cada vez más importante a la hora de definir los consumos. En su libro ZMOT: ganando el momento cero de la verdad, Google asegura que el 84% de los usuarios utiliza la red para informarse a la hora de tomar decisiones de compra (Barcelona, 2012, p.6).

Por esto las empresas empiezan a tener un nuevo desafío en el mercado, en la forma de vender y ofrecer sus productos, y así mismo sus estrategias ya que las redes sociales empiezan a ser fundamentales en cualquier empresa, estas "redes suponen un elemento de enganche con un cliente potencial que puede permitir una mejora en las ventas de los productos o servicios comercializados por las empresas (Empowering, 2017, p.14).

Implementar la tecnología y las estrategias digitales en una organización hoy en día significa poder seguir siendo competitiva en el mercado, por eso se habla de estrategias de

marketing, que es el desarrollo de una propuesta diferente y estratégica por medio del internet para comunicarse directamente con los clientes. Ahora las empresas se deben preocupar por llegar de forma más especializada a sus clientes, con más contenido que logre ofrecer valor y diferenciarse de todas las ofertas que puede encontrar un usuario en el mercado.

Marketing digital:

Este nuevo marketing interactivo está enfocado en los canales digitales donde le brinda la oportunidad a los usuarios, lo que genera que el cliente no simplemente consuma, sino que también produce, genera y divulga contenidos, lo que quiere decir que los usuarios quieren participar en las estrategias que las empresas van a implementar. Las acciones de marketing en una empresa reflejan resultados claros y directos, que les permiten conocer los puntos que funcionan y cuales se deben mejorar, para sacar el mejor provecho a estas plataformas que permiten reunir a más del 50% del mercado.

Actualmente se está buscando una publicidad de valor, de construcción de la marca en un entorno digital, ya que si el consumidor acepta que la publicidad que se le envía es válida, lo pasará a otros consumidores propagando el mensaje publicitario de una forma muy rápida y efectiva a través del marketing viral. El gran poder de la red, es la conectividad, “todos estamos conectados y con acceso inmediato y a la vez al mismo mensaje en el momento en que es colgado en la web” (Barcelona, 2011.P.43).

Las estrategias digitales le apuestan a conocer de cerca las necesidades de los consumidores, a llegar de forma inmediata y sencilla, ya que todo va avanzando y los usuarios esperan todo cada vez sea más rápido por medio de las plataformas digitales. Ahora las empresas no solo se deben enfocarse en vender directamente, sino en cómo lograr atraer a sus

clientes despertando necesidades por medio de contenidos interesantes como videos, textos sobre tips, tutoriales, promociones, concursos online, entre otras estrategias que logran impactar en los medios digitales y que acerca cada vez más al usuario con las empresas.

Estrategias de marketing: El blog, contenidos de valor

Los blogs son plataformas que permiten la publicación de manera digital de ideas u opiniones sobre una temática en específico. En cuanto a su importancia para las estrategias de marketing digital, Susana Pavón hace énfasis en el cambio constante de las audiencias en Internet y en redes sociales, en donde los blogs han cobrado una importancia vital para cualquier empresa.

Tener un blog es una ventaja muy grande para hacer que una estrategia de marketing sea exitosa. Para este trabajo fueron tomados 5 aspectos claves que menciona la autora:

Visibilidad: los contenidos de valor que se publican en un blog son "la base de conexión del sitio web con las plataformas sociales" y, por consiguiente, con la audiencia a la que se quiere llegar con esta herramienta.

Escucha: un blog permite recibir opiniones de los clientes, compradores, usuarios casuales, proveedores, e incluso clientes potenciales. Para Pavón, “todos estos comentarios serán de gran utilidad no sólo para mejorar nuestro contenido si no para mejorar nuestro producto o servicio”.

Fidelización: este punto es uno de los más importantes, pues al momento de vender u ofrecer un producto o servicio se requieren estrategias para fidelizar a ese cliente y convencerlo de que regrese nuevamente. La autora explica que esto se puede lograr mediante la herramienta del e-mail marketing, utilizada también por la Agencia eivos con sus clientes.

Viralidad: según los contenidos de valor que se publican en el blog, varían las posibilidades de que alguno de los artículos publicados se vuelva viral en redes sociales. En el caso de eivos, pese a que aún no están publicados los artículos, ya se han creado alrededor de 35 sobre diferentes temas entorno al marketing y a la publicidad, los cuales son de mayor interés para el público al que se le quiere llegar.

Reputación: “Un blog es la plataforma ideal para dejar ver lo que sabes de tu sector y convertirte en un experto, hablando sobre el tema que te ocupa y respondiendo a las preguntas que tus usuarios puedan hacer” (Pavón, 2019, p.6). Lo anterior se puede ver reflejado más allá de los blogs en la sección ‘eivos sabe’ que son videos con contenido sobre temas de marketing y publicidad que le ofrece a sus usuarios.

La especialista en marketing digital, social media y marca personal Yi Min Shun (2016), ve un blog como un “canal de comunicación que favorece el impulso de cualquier marca” (p.2). Así mismo, le da suma importancia al contenido de valor que se publica, un contenido que debe ser relevante para el público objetivo y, por supuesto, original.

Redes sociales en el marketing digital

Las redes sociales sin duda han acaparado la atención en los últimos años de todo aquél que se dedica a realizar estrategias de marketing digital. El presente trabajo se centró específicamente en Facebook e Instagram, que además de ser las redes más utilizadas por los usuarios, son las que se trabajan en la agencia.

Según el Global Web Index 2016, Facebook es la red social con la mayor cantidad de usuarios activos a nivel global, alcanzando mensualmente más de 2.000 millones de usuarios activos en todo el mundo, según los datos proporcionados por Facebook en 2017.

Esta red social le ofrece a las organizaciones la posibilidad de crear ‘Fan Pages’ o páginas de fans, que se resumen como perfiles públicos destinados a darle un espacio a marcas, artistas, figuras públicas y organizaciones, y así poder conectarse con toda la comunidad.

La agencia Eivos maneja una Fan Page llamada ‘Eivos / Invent Happiness’ que cuenta actualmente con 1.407 seguidores conseguidos desde su creación (la de la fan page) el 20 de enero de 2013. En esta página se publica contenido como tips de marketing, publicidad y emprendimiento, publicaciones sobre eventos en los que participa o patrocina la agencia y fechas especiales para organización y los usuarios.

Esto le permite a la agencia tener una identidad pública propia en Facebook, lo cual le brinda a los usuarios acceder de manera constante a sus actualizaciones, nuevos servicios, y compartirla con nuevos usuarios, aumentando así la exposición y el alcance de la página. (Pighin, 2017).

En cuanto a la red social Instagram, una aplicación cuya base primordial son las imágenes, es una red social a la que se le da un uso más simple, y atrae una audiencia mucho más joven (Pighin, 2017).

Este aplicativo “facilita la construcción de un discurso participativo entre usuarios y marcas” (Pighin, 2017.P.1422), esto debido al alto nivel de interacción que tiene la red social. En el caso concreto de este trabajo, la agencia eivos le ha dado el mismo uso de Facebook en cuanto a contenidos a esta red social, y maneja un número de seguidores casi igual al de su fan page

Propuesta estratégica

Objetivo: Identificar aspectos claves en relación con las estrategias y/o acciones realizadas por la agencia en sus plataformas digitales.

Acciones:

- Realización del DOFA de la agencia eivos para identificar estrategias a implementar sobre las necesidades que existen en la organización.
- Elaboración del plan de comunicación de la agencia

Objetivo: Desarrollar campañas en redes sociales para aumentar los seguidores e incrementar las interacciones en ellas y apoyar la estrategia SEO para los contenidos del blog.

Acciones:

- Publicar un pos diario de los temas relacionados con las áreas de la compañía.
- Realizar campañas según los eventos en los que participe la compañía.
- Realizar videos de tips parcialmente en la semana sobre temas de interés para la comunidad para redes sociales
- Creación de contenidos para el blog de la agencia sobre las actividades que trabajan y la experiencia con sus clientes.

Objetivo: Apoyar la realización de campañas digitales que proyecten credibilidad y confianza hacia los clientes de eivos.

Acciones:

- Realización de conceptos para campañas digitales de sus clientes.
- Desarrollo de despliegues en campañas para redes sociales de los clientes
- Realizar publicaciones de los contenidos realizados en las redes sociales

Objetivo: Desarrollar las demás actividades asignadas por la agencia.

Acciones:

- Verificación del trabajo de campo en los estudios de mercados.
- Realización de encuestas para estudios de mercado
- Apoyo en las actividades de del área Research

Acciones Desarrolladas

Las actividades realizadas en la agencia eivos han consistido en el desarrollo y creación de contenidos para campañas publicitarias, digitales y en redes sociales de la agencia y sus clientes: arepiz, Marvilla, Coomultrasan Multiactiva, Financiera Comultrasan y Centro Comercial Delacuesta. A continuación, se desglosan las actividades realizadas como parte de cada uno de los objetivos propuestos:

Objetivo: Identificar aspectos claves en relación con las estrategias y/o acciones realizadas por la agencia en sus plataformas digitales:

Se planteó la recolección de información importante y útil sobre la organización, ya que no se contaba con un documento de la identidad corporativa y del estado actual. En primer lugar, se inició con la creación del DOFA, para este se recolectó información de la agencia por medio de documentos de archivo, investigación en la web y entrevistas con el director de la agencia Julián Pérez y la directora de la unidad Research Lina Rincón (ver anexo A), para conocer cómo se encuentra la organización interna y externamente, este documento fue el punto clave para iniciar el plan de trabajo que proyectara un fortalecimiento en la parte digital de la agencia, es decir, en las redes sociales y posicionamiento en los motores de búsqueda, por medio de contenidos en el blog A partir de lo anteriormente mencionado se elaboró el siguiente análisis DOFA de la agencia eivos:

Tabla 1

DOFA

Debilidades	Oportunidades
- La agencia no cuenta con un enfoque comercial estructurado. Se han venido mejorando algunos aspectos como por ejemplo la plataforma para optimizar la presentación de la compañía y seguimiento de cotizaciones, pero no hay una estrategia de consecución de leads. - Falta de dedicación a los proyectos de la agencia, en el uso de las nuevas plataformas, aprovechamiento de estas para poner en práctica lo que se le ofrece a los clientes con la propia empresa. - WEB de la empresa y Redes sociales enfocadas a mostrar lo que hacemos, no hay una dinámica constante de ella. - No se cuenta con un backup de los proyectos que se han ejecutado para clientes y para la agencia.	- Un mercado cada vez más exigente en los servicios de agencia integral de marketing, lo que es afín a nuestra oferta de valor. - Uso de herramientas gratuitas o de bajo costo que optimizan la operación - Capacitaciones sin costos de herramientas y habilidades que hacen parte de la operación - Oportunidad de mejorar el relacionamiento con proveedores. - Relacionamiento con medios. - Optimización de los equipos para diseño. - Teletrabajo – Adaptación del equipo de trabajo para esto.
Fortalezas	Amenazas
- Estar al día en las tendencias de marketing, tecnología en general para la operación de la empresa. - Se cuenta con un líder que está en la búsqueda de herramientas y tecnología que optimizan el trabajo - Alianzas que se han logrado, del relacionamiento gerencial, las cuales apoyan los proyectos de la empresa y aportan a la reputación de la agencia. - Clientes con alta reputación y posicionamiento. Adicional al tiempo que se ha trabajado con ellos demuestra la estabilidad y solidez de la empresa. - Recurso Humano, que cuenta con gran profesionalismo en las diferentes áreas de la empresa. - Oferta de valor de la agencia, diferencial de la competencia. Servicio, Acompañamiento estratégico, solución de problemas, flexibilidad a las necesidades del cliente. - Los proyectos propios de la agencia: CyberForum	- Empresas que operan a nivel nacional con una oferta muy económica de marketing digital. Ej. Publicar - La parte de legislación o regulaciones del Estado que puede afectar la parte económica de la agencia. - La falta de profesionales en el mercado con la experiencia en la operación que se demande. Digital, Diseño, Comercial.

Luego del análisis DOFA donde se destacaron algunas necesidades de la organización, como la falta de trabajo en contenidos de la empresa y la alimentación de sus redes sociales, blog y página web, se planteó el plan de comunicación para la agencia trabajando en la elaboración de contenidos en diferentes formatos para las plataformas digitales. En este plan se estableció la creación de post diarios para redes sociales, la generación de textos, el blog con posicionamiento SEO y la creación tips en formato de video sobre temas relacionados con la agencia como marketing, publicidad, emprendimiento entre otros.

Objetivo: Desarrollar campañas en redes sociales para aumentar los seguidores e incrementar las interacciones en ellas y apoyar la estrategia SEO para los contenidos del blog:

Una vez identificada la necesidad de generar mayor interacción en las redes sociales se empezaron a crear contenidos de la agencia para ser publicados en las redes sociales: instagram, Facebook y twitter, como la publicación de un post diario especialmente dirigido a los emprendedores que necesitan los servicios de la agencia, también se realizaron posts en las fechas especiales y la publicación de eventos en los que la agencia o el director participe. Para esto se creó un cronograma con la organización de los contenidos para su publicación diaria, (ver anexo B).

Para las redes sociales se creó un formato diferente, como un nuevo proyecto llamado “eivos sabe” para el cual se genera el contenido de textos para el diseño y se edita en formato de video, con la intención de captar más usuarios por medio de temas interesantes en forma de tips para los empresarios y quienes están empezando a emprender, con una duración máxima de un

minuto este producto se publica semanalmente, todos los viernes. Hasta el momento se encuentran 15 productos publicados en las diferentes redes sociales de eivos (Ver anexo C).

Además de crear contenidos para las redes sociales, se buscó fortalecer el posicionamiento SEO de agencia por medio de la realización de contenidos para el blog, sobre temas relacionados con la agencia y tips para los empresarios y emprendedores que necesiten los servicios de eivos. Para esto, se creó un banco de contenido con 35 textos ya subidos en el blog para su próxima publicación (ver anexo D).

Para la realización de estos textos con la estrategia SEO, se tuvieron en cuenta las 4 áreas de la agencia: Cyber, Advertising, Research & Business y Media, con el fin de generar un posicionamiento en los motores de búsqueda. También se crean textos institucionales que hablen sobre el trabajo que realiza la organización, con sus clientes y el director de la agencia.

Objetivo: Apoyar la realización de campañas digitales que proyecten credibilidad y confianza hacia los clientes de eivos:

La agencia cuenta con diferentes clientes, para los cuales se ha trabajado en la realización de campañas digitales, en generación de conceptos y despliegue de contenidos como:

En arepiz:



Captura de imagen. Post en el perfil @arepizcolombiaoficia (2019). Recuperado de:

<https://www.instagram.com/arepizcolombia/>

- la realización de textos para las novenas arepiz
- El contenido de post generales y fechas especiales de todo el año
- Despliegue de la campaña digital de marzo llamada marzo de exploradores
- Despliegue de la campaña esto es contenido para las piezas gráficas de para (post promocional, stories, secuencias) de abril llamada 5 días 5 sabores.
- Campaña promocional del lanzamiento de arepiz artesana, se realizó el despliegue en la parte de contenido.

Coomultrasan Multiactiva:



Captura de imagen. Perfil de Facebook Coomultrasan Multiactiva. (2019). Recuperado de:

<https://www.facebook.com/coomultrasan/videos/385154708735667/>.

- Se realizaron artículos para subirlos en el blog sobre tips para el cuidado del hogar con el fin de promocionar los artículos que la empresa vende.
- Edición de videos cortos con base a los textos del blog para sus redes sociales.
- Apoyo en la realización de textos para el blog con contenidos que no se habían trabajado.

Centro Comercial Delacuesta:



Captura de imagen. Celebra con mamá por lo alto. Recuperado de:

<https://www.instagram.com/delacuestacc/>.

- Se trabajó el despliegue digital del mes de abril promocionando una piscina de pelotas para niños y premios por el registro de facturas.

- Elaboración de la campaña de mayo sobre el día de la madre

Despliegue digital del trasnochón por aniversario.

Objetivo: Desarrollar las demás actividades asignadas por la agencia:

Adicional al trabajo realizado con la agencia y sus clientes, se apoyó en otros proyectos relacionados con otras áreas de trabajo de la empresa como la realización de contenido para la

cuña radial de la campaña Renueve su matrícula mercantil de la Cámara de Comercio de Bucaramanga. También se ejecutaron algunas acciones relacionadas con el estudio de mercados de la agencia como: la ejecución de encuestas online, verificación de datos con el trabajo de campo y creación de un Benchmarking (Ver anexo E).

Conclusiones y Recomendaciones

El trabajo realizado en el área de la comunicación digital en la agencia eivos dejó como resultado un mejor acercamiento con los usuarios por medio de la generación de contenidos de valor, se logró evidenciar un constante manejo de las redes sociales, lo cual es importante para una agencia de marketing y publicidad que ofrece estos servicios a sus clientes ya que es una manera de dar a conocer sus servicios de forma profesional; sin embargo, las publicaciones durante estas fechas se realizaron de forma orgánica lo cual limita un poco la posibilidad de llegar a nuevos públicos, esto quiere decir que el trabajo de contenidos tanto de los posts como de los textos para el blog, se realizaban solo para los usuarios que se encuentran en las redes sociales de la agencia.

La oportunidad de realizar un nuevo proyecto digital como lo fue ‘eivos sabe’ abrió la posibilidad de encontrar nuevos seguidores con intereses en temas marketing, publicidad y emprendimiento, los cuales pertenecen al público objetivo de la agencia. Por medio de un formato innovador acompañado de una estrategia de valor con contenido útil que logrará capturar más usuarios interesados sobre estos temas, se logró generar un impacto por medio de las redes sociales.

Por medio de la estrategia de un cronograma para las redes sociales Facebook, Instagram y Twitter de la agencia se planteó una publicación diaria con el fin de mantener una interacción constante en ellas, esto permitió evidenciar una mejor y más sólida presencia digital de la agencia lo que ha generado una mayor visibilidad de la compañía en el mundo digital. Por otra parte, para trabajar en el objetivo del posicionamiento de la estrategia SEO, se logró por medio

de un banco de contenido con 35 textos (ver anexo F) para creación del blog, estos se convirtieron en la base para nuevos proyectos de posicionamiento en la agencia, como lo es la reestructuración de la página web acompañada de contenidos de interés para su público objetivo. Estos textos se encuentran listos para ser publicados en la web, la cual se mantiene en la espera de modificaciones por parte de la agencia para que sea publicada.

Este trabajo de pasantía en la agencia también alcanzó el apoyo en otras áreas de la empresa, como por ejemplo los estudios de mercados con la verificación de trabajo de campo, la realización de encuestas digitales y la elaboración de benchmarking para estudio de mercados, que se lograron afianzar nuevos conocimientos en el área de marketing y así realizar satisfactoriamente para cada proyecto.

Las redes sociales de la agencia han tenido un avance significativo ya que han compartido contenido de valor en diferentes formatos lo que ha permitido que más usuarios se interesen por los servicios de la agencia y los temas relacionados a ella.

Como recomendación a la agencia, es importante continuar con el trabajo que se consolidó en estos meses, las publicaciones diarias, los videos de eivos sabe, los textos de interés, para que los usuarios que esperan estos contenidos puedan seguir encontrando valor por medios de las redes sociales. Adicional a esto, la agencia como experta en estos temas con sus clientes, puede potenciar estos contenidos por medio de una inversión, con la cual se logre llegar a nuevos pueblos con los mismos intereses que a su vez serán sus públicos objetivos. Para esto es necesario un profesional para la elaboración de los cronogramas de contenido, las publicaciones, la creación de contenido y la atención al seguimiento de lo que se ha logrado hasta el momento.

Referencias Bibliográficas

Eivos. (sf). Archivos de historia de la organización y misión y visión

Empowering People. Manual de marketing digital. (2017). Recuperado de: <http://ctc.edu.do/wp-content/uploads/2018/01/MANUAL-MARKETING-DIGITAL.pdf>

Jódar, J. (s.f).La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. Razón y palabra. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. Recuperado de:
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR_REVISADO.pdf

Medina, I.Marketing Digital Multimedia: nuevos formatos y tendencias. (2011). Revista Géminis.V.(2,n.2),p.37-45.Recuperado de:
<http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/76>

Moschini,S. (sf). Claves del Marketing Digital: La nueva comunicación empresarial en el mundo 3.0.Ebooks de vanguardia. Recuperado de : <http://www.intuic.com/intuic/Frontend/pdf/Claves-del-Marketing-Digital.pdf>

Pavón. S. (2019). Estrategia de marketing digital [conceptos básicos]. Recuperado de:
<https://susanapavon.com/blog-como-estrategia-marketing-digital/>

Pighin, I (2017). Facebook como instrumento de comunicación en las empresas de américa latina. Tarragona. Universidad Rovira i Virgili.

Yi Min Shun. (2016). El blog en la estrategia de marketing digital. Recuperado: <https://canarias-digital.com/el-blog-en-la-estrategia-de-marketing-digital/>

Anexos

Anexo A: Formulario de entrevistas

Entrevista

Objetivo: realizar entrevistas a directivos de la empresa para analizar el estado actual de la agencia tanto internamente como externamente.

Nombre:	Lina Rincón
Fecha:	27 de diciembre/ 2018
Cargo:	Directora de la unidad Research
Lugar de aplicación	Agencia eivos
Preguntas	
1 A nivel interno de la agencia qué considera que necesita mejorar	4. Cuáles son los retos más grandes que enfrenta la agencia.
2. Cuáles son las oportunidades que tiene la agencia actualmente en el mercado	5. Cuáles son las fortalezas de la agencia
3. Qué considera que hace diferente la agencia de su competencia	

Nombre:	Julián Pérez
Fecha:	4 de enero/ 2019
Cargo:	Director General
Lugar de aplicación	Agencia eivos
Preguntas	
1 A nivel interno de la agencia qué considera que necesita mejorar	4. Cuáles son los retos más grandes que enfrenta la agencia.
2. Cuáles son las oportunidades que tiene la agencia actualmente en el mercado	5. Cuáles son las fortalezas de la agencia
3. Qué considera que hace diferente la agencia de su competencia	6. Cuáles considera que es la competencia de la agencia

Anexo B: Cronograma de contenidos para redes sociales

A	B	C
Fecha de contenido	Contenidos	Publicado
	Descubre las redes sociales que necesitas para tu negocio, de acuerdo a tus productos y servicios.	✓
	Con publicidad online, llegarás justo al público que necesitas	✓
	"La creatividad sin estrategia se llama arte. La creatividad con estrategia se llama marketing". Jef Richards	✓
	Cuando inviertes en publicidad, te vuelves visible para miles de personas.	✓
	La mejor publicidad la hacen los clientes satisfechos". Philip Kotler	✓
	Publica contenidos de acuerdo a tu marca, así ganarás seguidores que se interesen por tus productos.	✓
	El marketing no es una batalla de productos, es una batalla de percepciones" All Ries.	✓
	"Marca es el perfume que usas, reputación es el olor que dejas". Alfonso Alcántara.	✓
it Mes de Febrero	8- "La gente no quiere consumir productos, quiere consumir experiencias, quiere ser parte de la historia". Andy Stalman.	✓
		✓
	Contenidos para videos eivos sabe - febrero	✓
8 de Febrero/ 2019	Tres estrategias de marketing para tus redes sociales	✓
15 de Febrero/ 2019	Tres puntos para iniciar un negocio online	✓
22 de febrero/ 2019	Tres tendencias de publicidad para tu empresa	✓
		✓
	El marketing puede transformar necesidades en productos y servicios	✓
	Enlaza las redes sociales a tu blog y consigue más tráfico y lectores	✓
	Con el marketing de contenidos lograrás verte como un experto	✓
	Tus clientes siempre necesitan disponibilidad y comunicación permanente	✓
	Un emprendedor está atado a la idea de innovación y el riesgo	✓
	Ser activo en las redes sociales marcan la diferencia en una estrategia de marketing	✓
	Una forma de conquistar a tu audiencia es por medio del contenido	✓
	Una buena estrategia de marketing puede generar: ventas, ahorrar costos y fidelizar clientes	✓
	¡Marca tu diferencia en el mercado! Crea productos únicos y novedosos	✓
	Un emprendedor no es quien emprende una o dos veces, es quien emprende todos los días. Julián Pérez	✓
Post mes de Marzo 1- 30	Una empresa se debe reinventar todos los días. Julián Pérez	✓
		✓
	Contenidos de eivos sabe- marzo	✓
2 de marzo / 2019	5 ideas de marketing para celebrar el día de la mujer	✓
8 de marzo/ 2019	Ventajas de hacer publicidad de hacer publicidad en internet	✓
15 de marzo/ 2019	4 puntos que debe tener en cuenta un emprendedor	✓
22 de marzo/ 2019	Cómo ser un influencer de las redes sociales	✓
29 de marzo/ 2019	3 errores que no puedes cometer en publicidad	✓
		✓
	Para ser diferentes, debemos pensar diferente	✓
	Una estrategia digital es una forma de tener oportunidades de éxito en tu empresa	✓
	Una página web es el reflejo de tu empresa	✓
	En la publicidad lo que no se mide no sirve	✓
Post mes abril	El emprendimiento es un estilo de vida, es una forma de ver el mundo – Julián Pérez	✓
	Lo que marca la diferencia en tu compañía son las personas que trabajan en ella - Julián Pérez	✓
	No necesitas ser millonario para emprender, si eres emprendedor buscas el camino sin dinero – Julián Pérez	✓
		✓
5 de abril/ 2019	Contenidos eivos sabe- abril	✓
12 de abril/ 2019	10 ventajas de tener un sitio web en tu empresa	✓
19 de abril/ 2019	las tres "c" para vender en internet	✓
26 de abril/ 2019	Tipos de campañas que puedes realizar en Facebook Ads	✓
	Estrategias de rápido impacto en instagram	✓
		✓
	Fechas especiales de abril	✓
	Porque la amamos, la cuidamos. Feliz Día de la Tierra	✓
	Su gran trabajo, esfuerzo y dedicación son parte fundamental de las empresas. ¡Feliz Día de la Secretaria!	✓
	Llega el tiempo de disfrutar del amor, la paz y la alegría ¡Feliz Semana Santa!	✓

Anexo b. Captura de pantalla de calendario de contenidos para las redes sociales de la agencia eivos del mes de febrero a abril. Tomado el 28 de junio de 2019.

	Fechas especiales de abril	✓
	Porque la amamos, la cuidamos. Feliz Día de la Tierra	✓
	Su gran trabajo, esfuerzo y dedicación son parte fundamental de las empresas. ¡Feliz Día de la Secretaría!	✓
	Llega el tiempo de disfrutar del amor, la paz y la alegría ¡Feliz Semana Santa!	✓
	Son nuestra esencia, son imaginación, son extraordinarios ¡Feliz día del Diseñador Gráfico!	✓
	Promo martes de tecnología	✓
	Los martes son tecnología con eivos y la Fm (99.7FM) a partir de las 5pm	✓
	¡Conéctate hoy con nuestro martes de tecnología! Y conoce cómo emprender un negocio digital	✓
	Sintonízanos en la FM (99.7 FM) y conoce sobre ¡Modelos de negocios en internet!	✓
	¿Hay herramientas para mantenerse saludable utilizando la tecnología?	✓
	¡Martes de tecnología! Hoy Recomendaciones tecnológicas para los que viajan en esta temporada	✓
	¡Evitar las distracciones y sacarle mejor provecho a internet! (logo eivos y La FM)	✓
	"No tiene nada de malo ser pequeño. Puedes hacer grandes cosas con un equipo así!" - Jason Fried	✓
	"El secreto para contratar a los mejores es: busca a personas que quieran cambiar al mundo"- Marc Benioff	✓
	La mayoría del tiempo las personas no saben qué quieren hasta que se lo enseñan. Steve Jobs	✓
	Cuando creas contenido construyes una relación a largo plazo.	✓
	"No hay segunda oportunidad para una primera impresión." OSCAR WILD	✓
	El futuro de la web está lleno de experiencias personalizadas.	✓
Post mes mayo	Un emprendedor siempre busca el cambio y lo utiliza como oportunidad	✓
		✓
	Contenido eivos sabe- mayo	✓
3 de mayo/ 2019	Cómo puedes conseguir mayor impacto usando tus emails	✓
10 de mayo / 2019	Tres tips para que realices sorteos en tu emprendimiento	✓
17 de mayo/ 2019	Cómo emprender con internet	✓
24 de mayo/ 2019	Conoce las ventajas de automatizar tus procesos de marketing	✓
31 de mayo/ 2019	Cómo usar Hashtags en instagram	✓
		✓
	Entender al consumidor online, es entender la estrategia de venta	✓
	La nueva segmentación es el comportamiento del cliente	✓
	Fases del social media: Conexión/ Interacción / participación	✓
	En las nuevas tendencias los clientes quieren respuestas inmediatas	✓
	Con el Email marketing segmentas y automatizas	✓
	El contenido es tu filtro para segmentar	✓
	Las preferencias de compra del consumidor colombiano:	✓
		✓
	Martes de tecnología	✓
	Conéctate hoy con nuestro martes de tecnología	✓
	Los martes son tecnología con Eivos y la Fm (99.7 FM)	✓
Post mes junio	¡Conoce más de tecnología! Sintonízanos hoy a las 5pm	✓
		✓
	Contenidos eivos-sabe- junio	✓
	5 Tips para manejar las redes sociales de tu negocio	✓
	Herramientas de Facebook que harán crecer tu empresa	
	¿Por qué elegir un nicho de mercado específico?	
	¿Cómo aumentar las visitas en tu web?	

Anexo b: Captura de pantalla de calendario de contenido para redes de mayo a junio. Tomado el 28 de junio de 2019

Eivos

Dashboard

Publishing 1

Reports

Inbox

Search

Tasks

<

>

Search

Monthly publication schedule in March 2019 (EST)

calendar

list

today

month

week

day

Sunday	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday
24	25	26	27	28	1	2
3	4	5	6	7	8	9
		4:55pm ¡Llega justo a tu público!	4:00pm ¿Ya sabes cuál es tu estrategia?	9:59am ¡Gana visibilidad e invierte en	9:30am ¡Feliz día mujeres 2:16pm Hoy viernes #eivosSabe	
10	11	12	13	14	15	16
	10:01am ¡Trabaja en tus contenidos!	10:30am ¡Impacta a tus clientes!	9:01am ¡Dale a tus clientes la mejor	12:21pm ¡Grandes líderes que inspiran! 1:59pm ¡#Emprendedores!	10:03am Hoy #eivosSabe ¡4 puntos	
17	18	19	20	21	22	23
	10:00am ¡Marca siempre tu diferencial!	10:00am ¿Ya tienes una estrategia de 10:35am ¿Ya sabes cómo conquistar a tus 11:59am ¡Feliz día a todos los hombres!	11:44am En #eivos dedicamos cada día a	2:00pm ¡Reinventa todos los días!	10:10am Hoy viernes #eivosSabe	
24	25	26	27	28	29	30
	9:59am ¿Ya sabes cómo usar las redes	9:29am #Emprendedores	10:00am ¡La clave del emprendimiento 1:59pm ¡Cuidar a tus clientes es lo más		10:02am Viernes de #eivosSabe ¡3 errores	
31	1	2	3	4	5	6
	9:29am ¡Usa los contenidos para tu	2:30pm ¡Haz que tus contenidos lleguen	9:30am #Marketing #estrategias			

Filter This Calendar By:

Content Groups

All | None

☒

Institucionales

Statuses

All | None

☒

Errors

☒

Published

Users

All | None

☒

Nathalia Cediel

☒

Yohanna Rozo

Profiles

All | None

☒

Eivos / Invent Hap...

f

☒

Eivos | Happiness

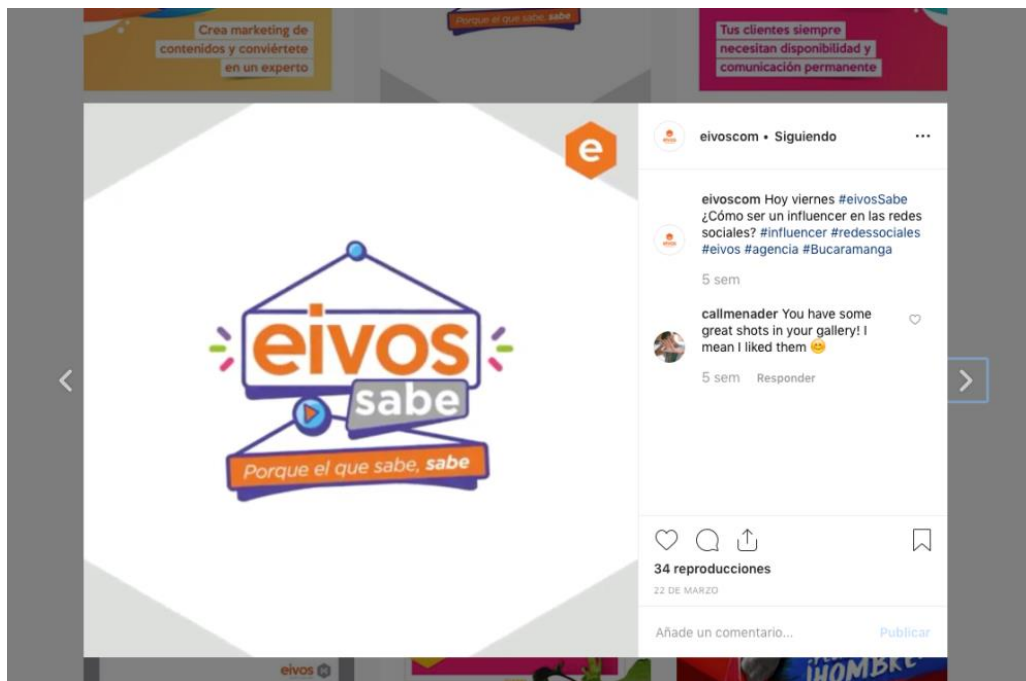
t

☒

Eivos | Invent Hap...

Anexo b: Captura de pantalla de la programación para las redes sociales de la agencia eivos. Tomado el 28 de junio de 2019

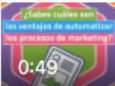
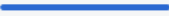
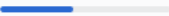
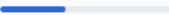
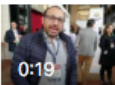
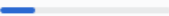
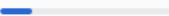
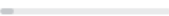
Anexo C: Publicación de videos ‘eivos sabe’



Anexo C: Captura de pantalla de videos publicados en la página de Instagram de la cuenta @eivoscom.

Tomado el 28 de junio de 2019. Recuperado: <https://www.instagram.com/>

Vídeos destacados > VÍDEOS CON MEJOR RENDIMIENTO POR MINUTOS REPRODUCIDOS DESDE EL 20/5 HASTA EL 26/5 ⓘ

Vídeo	Publicado	Minutos... ↓	Reproducciones d...
	 24/05/2019 12:45	4 	13 
	 05/06/2018 15:10	2 	2 
	 17/05/2019 12:48	2 	6 
	 16/05/2019 11:32	1 	8 
	 13/07/2016 6:12	1 	1 

Anexo C: Captura de pantalla de las estadísticas de los videos de la página de Facebook de eivos.

Tomado el 28 de junio de 2019. Recuperado de:
https://www.facebook.com/EivosCom/insights/?referrer=page_insights_tab_button

Anexo D: Calendario de contenidos para Blog

CALENDARIO MES DE MAYO		
SEMANA	CONTENIDOS PARA BLOG	CONTENIDO 'EIVOS SABE'
CONTENIDOS HASTA LA FECHA	El plan de marketing: como un instrumento de éxito	Tres puntos que debes tener en cuenta la hora de emprender
	Estamos viviendo el inbound marketing	Cómo asumir el estado 'desempresado'
	Estrategias para generar leads	Cómo crear valor en una empresa con estrategias digitales
	Cómo usar los emojis en tu negocio	Ingredientes del marketing
	Lo que no se mide no sirve	Modelos de negocio online
	Automatiza tu marketing	Internet para todo
	Cómo construir una marca humana	Redes sociales como estrategia digital
	¿Por qué disminuye el alcance organico en Facebook?	Herramientas digitales para emprendedores
	la era del marketing 3.0	
	¿Sirve un blog en tu empresa?	
	Razones para hacer email marketing en tu empresa	
	Las redes sociales: El canal de tu negocio	
	Lo que significa de un sitio web hoy	
	Consejos para celebrar el día de la mujer	
	Emprendedoras de la región incursionan en el mundo digital	
	'eivos sabe', la nueva propuesta audiovisual de eivos para estar más conectados	
	5 consejos para iniciar un emprendimiento con el director de eivos	
SEMANA 1 (DEL 6 AL 10 DE MAYO)	Errores al hacer publicidad en redes sociales	Preparación de los temas y logística Fecha de grabación : Viernes 10 de mayo/19
	La clave es: Diferenciarte de los demás	
	Más mails, más ventas	
	Herramientas fáciles para que uses en tus redes sociales	
	Pasos para crear un concurso online	
SEMANA 2 (DEL 13 AL 17 MAYO)	Herramientas para mantenerse saludable usando la tecnología	Edición de videos Publicación primer 'eivos sabe' : 17 mayo/19
	Formas de mejorar tu alcance en redes sociales	
	Conoce ideas para que tus fotos atraigan más usuarios	
	Marketing de contenidos en tu negocio	
	¿Por qué elegir un nicho de mercado?	
SEMANA 3 (DEL 20 AL 24 MAYO)	Mejora el posicionamiento de tu web en google	Edición de videos
	Los Hashtags: Las palabras claves	
	¿Cómo generar más visitas en mi web?	
	Herramientas digitales para tu negocio	
	Tendencias del comercio electrónico	
SEMANA 4 (DEL 27 AL 31 MAYO)	¡Descubre tus fortalezas y emprende!	
	Tendencias online para el 2019	
	Sácale mejor provecho al internet	
	Herramientas para conocer a tus clientes	
	Conoce más de Marketing	
SEMANA 5 (DEL 4 AL 7 DE MAYO)		

Anexo D. Captura de pantalla del calendario de contenidos para el blog de eivos. Tomado el 28 de junio de 2019

Anexo E: Captura de pantalla del Benchmarking

#50	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	U
1	CONTENIDO			SURA		SALUD TOTAL		COMPENSAR		SALUD ALLIANZ		COMPENALCO		CAJASAN		AME		FUNDACIÓN SIGLO 21		
2				Plan Básico	Plan Plus	Plan Preferencial	Plan Delta	Plan Gama	Plan Omega	Plan : \$200.000		Plan Medical care	Plan Medical Gold		Servicios medicos	Salud	Plan Familiar	Plan convenio colectivo	Plan salud	
3	Cobertura en múltiples ciudades			✓	✓	✓														
4	Consulta médica domiciliaria						✓	✓				✓		✓				✓	✓	
5	Consulta de especialistas (No especificada)						✓	✓							✓			✓	✓	
6	Internista			✓	✓	✓														
7	Pediatra			✓	✓	✓				✓					✓		✓			
8	Ginecologo			✓	✓	✓				✓					✓		✓			
9	Ginecobstetra			✓	✓	✓														
10	Oftalmólogo			✓	✓	✓				✓										
11	Urologo			✓	✓	✓				✓										
12	Ortopedista					✓				✓										
13	Otorrinolaringólogo					✓														
14	Dermatólogo					✓									✓		✓			
15	Nutricionista				✓	✓									✓		✓			
16	Psicología									✓					✓		✓			
17	Bioenergético				✓	✓				✓							✓			
18	Habitación individual en hospitalización			✓	✓	✓		✓	✓				✓		✓					
19	No cobro de algunas cuotas moderadoras del PBS			✓	✓	✓														
20	No cobro de copagos del PBS			✓	✓	✓														
21	Ayudas diagnósticas de imagenología hospitalaria PAC				✓	✓		✓												
22	Ayudas diagnósticas de imagenología ambulatorias PAC				✓	✓				✓										
23	Cobertura congénitas al recién nacido			✓	✓	✓		✓												
24	Continuidad en la atención de parto				✓	✓														
25	Atención médica a domicilio las 24 horas del día				✓	✓												✓		
26	Traslado en ambulancia				✓	✓												✓		
27	Autorizaciones de salud virtuales			✓	✓	✓														
28	Línea exclusiva de atención al cliente			✓	✓	✓														
29	Medios de pagos y trámites virtuales			✓	✓	✓														
30	Congelamiento del plan			✓	✓	✓				✓										
31	Conservación de antigüedad de otro plan complementario			✓	✓	✓		✓	✓											
32	Servicios odontológicos				✓	✓											✓			
33	Urgencias odontológicas a domicilio las 24 horas				✓	✓		✓	✓											
34	Atención de urgencias odontológicas				✓	✓							✓		✓					
35	Fracturas dentales y calzas				✓	✓							✓							
36	Desalajo de calzas de gran tamaño				✓	✓														
37	Desalajo de coronas				✓	✓											✓			

Anexo E. Captura de pantalla del Benchmarking realizado en la agencia eivos. Tomada el 28 junio de 2019

Anexo F: Textos para blog de eivos

Texto1:

TENDENCIAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN 2019

El mundo digital cambia constantemente, y con él cambian también las tendencias de comercio electrónico, herramientas digitales, y, así mismo, se crean nuevas plataformas y medios de comunicación de manera muy rápida.

Lo anterior no significa que debamos conocer cada nueva herramienta o plataforma que salga al mercado, pero sí es importante enterarse de las tendencias que el comercio electrónico trae para este año, y así saber cuáles podemos aplicar a nuestro negocio.

TENDENCIA A PREFERIR TELÉFONOS MÓVILES SOBRE COMPUTADORES

Hace tres años, el común denominador era que cada vez más personas visitaban las tiendas en línea utilizando sus celulares. Sin embargo, al momento de comprar, estas mismas personas prefieren hacerlo desde su computador.

En 2017, la cifra cambió, las compras desde los teléfonos móviles aumentaron, y ya para el año pasado, alcanzaron un 60% del total de las compras por internet.

Debido a esto, es necesario diseñar y pensar todas nuestras piezas y comunicaciones enfocadas hacia la pantalla de un teléfono móvil, y de ahí, pasar al computador. No debe hacerse como antes, que se diseñaba primero para computador y luego para móvil.

TENDENCIA A USAR REDES SOCIALES PARA GENERAR TRÁFICO EN TIENDAS ONLINE

Instagram se convirtió en el principal canal que redirecciona los visitantes a las tiendas en línea, por encima de otras redes sociales como Facebook, una tendencia que marca la importancia de tener una estrategia definida para las redes sociales y, por supuesto, un plan de contenidos constante. Es fundamental enfocar el trabajo a que las personas conozcan la marca en redes sociales, para que de ahí pasen a la tienda.

Tendencia de los micro influencers

El año pasado, el uso de influencers para promocionar productos o servicios a través de las redes sociales empezó a cobrar protagonismo. A estas personas se les pagaba (a veces con dinero o a veces con productos) para que mencionaran la tienda en sus perfiles y sus seguidores pudieran conocerla.

Ahora, el concepto que se está moviendo es el de los ‘micro influencers’ que se dedican a temas específicos para promocionar, tienen un público objetivo, ya sea mujeres interesadas en maquillaje, o personas que les gusta el deporte (para promocionar artículos deportivos), o quienes consumen aparatos electrónicos y tecnología.

Texto 2:

Marcas más ‘humanas’: el nuevo reto

Las estrategias y la forma en la que se crean los contenidos actualmente, se basan cada vez más en la premisa de despertar emociones en las personas.

Las nuevas tecnologías que, queramos o no, han irrumpido en la vida cotidiana de todos, han hecho también que todo lo que conocemos (o que creíamos conocer) empiece a cambiar cada día de manera más drástica para adaptarse a ellas (las nuevas tecnologías). Nos hemos acostumbrado a saltar entre lo analógico y lo digital constantemente, esto debido a que cada vez más cosas de nuestra cotidianidad mudan a este nuevo mundo virtual.

Y de esta misma forma como cambia la manera en la que hacemos nuestra rutina, o así como cambian lo que pensábamos respecto a ciertas cosas, también han cambiado los consumidores, y, por consiguiente, resulta necesario cambiar la manera y los procesos mediante los cuales las empresas deben ‘reinventarse’ para continuar vigentes en sus respectivos mercados.

El mundo actualmente está lleno de consumidores saturados de información y mercados hiperconectados. De esta premisa nacen los nuevos retos que trae la era digital y a los que deben adaptarse las empresas y el mundo del marketing. Es por esto que las emociones (que son la esencia de la vida humana) juegan hoy un papel protagonista y fundamental en la creación de contenidos y estrategias publicitarias.

Es de esta manera como nace la tendencia de lo que hoy se denomina marketing emocional, que consiste básicamente en diseñar estrategias para enamorar al consumidor, seducirlo, lo cual se ha convertido en una ventaja competitiva y clara forma de diferenciación adoptada por las empresas que se han enfocado en llegar al corazón del consumidor.

Esto lo han hecho posible con la creación de contenidos emocionales, piezas creativas que generen experiencias, y que vayan mucho más allá de transmitir información. Consiste también en brindarle experiencias al consumidor, no se limita a decirle para qué sirve el producto o en qué lo podría beneficiar el servicio, sino que le muestra lo feliz que podría hacerlo.

Texto3:

Alcance más efectivo en Facebook

La base de un buen alcance en las publicaciones está en generar un contenido de valor, y publicarlo en ciertos horarios y formatos.

El news feed (la sección de noticias) de la red social Facebook ha cambiado, es por esto que quienes manejan páginas de empresas o negocios muy probablemente sienten que su alcance orgánico (es decir el no pago) ha disminuido considerablemente en los últimos meses.

Esto sucede principalmente debido a que en esta red social se está creando más contenido del que la audiencia puede absorber en cierto tiempo. Un promedio de 1.500 publicaciones puede aparecer en el news feed de una persona al momento de iniciar sesión, esto hablando específicamente de quienes tienen pocos amigos o siguen pocas páginas, una persona que siga un alto número de páginas o que tenga gran cantidad de amigos podría tener hasta 15.000 publicaciones en su perfil de inicio.

Sumado a esto, la configuración del news feed cambia constantemente para mostrarle a los usuarios el contenido más relevante para cada perfil, el cual se delimita según factores y

preferencias propias de cada usuario. Por ejemplo, si alguien tiene poca interacción con las fotos en su News Feed, Facebook dejará de mostrarle imágenes en su inicio poco a poco.

Cómo aumentar mi alcance orgánico

Es por esto que las estrategias y la forma en la que se crean los contenidos de las páginas de empresas o negocios deben evolucionar de manera constante con el objetivo de convertirse en piezas de valor para el usuario, y evitar que se pierdan en un mar de publicaciones de su news feed.

Los estudios de mercado, la caracterización de un público objetivo o un nicho en redes sociales, y el estudio de alcance que tienen determinados tipos de publicaciones, son las bases fundamentales para que quienes crean contenidos en las páginas de las empresas, sepan qué filtros podrían agregar, y cuál es la mejor forma de llegar a ese público.