

PLANA MACULA

VALERIA BONILLA FORERO

UNIVERSIDAD ECCI FACULTAD DE
MODA DISEÑO DE MODAS BOGOTÁ,
D.C.
2023

PLANA MACULA

VALERIA BONILLA FORERO

Proyecto de Investigación

Directora de programa
ALEXANDRA PEDREROS BERNAL
Tutor de proyecto
JOHNSON JOHAN PEÑA PINZON

Tabla de contenido

<i>Tabla de contenido</i>	3
1. PLANA MACULA	4
2. INTRODUCCION	5
3. RESUMEN	6
3.1 ABSTRACT	7
4. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	8
4.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	9
4.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	10
5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	11
5.1. OBJETIVO GENERAL	11
5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
6. JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	13
6.1. JUSTIFICACIÓN	13
7. MARCO DE REFERENCIA DE LA INVESTIGACIÓN	14
7.1. MARCO TEÓRICO	14
7.2. MARCO CONCEPTUAL	20
7.4. SOBRE PLANAMACULA	24
<i>MISIÓN</i>	25
<i>VISIÓN</i>	26
<i>POLÍTICAS Y VALORES ORGANIZACIONALES</i>	26
<i>ACTIVIDADES CLAVES</i>	27
<i>PROPUESTA DE VALOR</i>	27
<i>RELACIÓN CON EL CLIENTE</i>	28
<i>SEGMENTO DE CLIENTES</i>	28
7.5. TIPO DE INVESTIGACIÓN	28
8. DISEÑO METODOLÓGICO	29
• Estudio de población de los seguidores de planamacula	30
• Encuesta a clientes frecuentes de la pagina	34
• Comentarios de los clientes, encuesta de satisfacción del producto:	43

9. CRONOGRAMA49
10. REFERENCIAS49

1. PLANA MACULA

Para este proyecto vamos a acelerar el crecimiento y asegurar el éxito de plana macula como tienda en línea y startup, generar herramientas que ayuden a mantener un contenido de calidad, una reputación de marca sólida, y crear un monopolio de mercado que diferencie a plana macula de la competencia,

2. INTRODUCCION

En la era de la tecnología y la conectividad, el comercio electrónico ha experimentado un crecimiento exponencial, revolucionando la forma en que las personas compran y venden productos y servicios. En este contexto, las tiendas virtuales se han convertido en una poderosa herramienta para los negocios, brindando una plataforma accesible y conveniente para la comercialización de productos a nivel global. Sin embargo, la mera existencia de una tienda virtual no garantiza el éxito, ya que el mercado digital es altamente competitivo y en constante evolución.

En este proyecto de investigación, nos proponemos explorar y analizar en profundidad el uso del marketing digital como estrategia fundamental para potenciar el éxito de una tienda virtual. El marketing digital comprende un conjunto de técnicas y herramientas que permiten a las empresas promocionar sus productos y servicios de manera efectiva a través de plataformas digitales, como sitios web, redes sociales, correos electrónicos y aplicaciones móviles.

El objetivo principal de este estudio es identificar las mejores prácticas y estrategias de marketing digital que pueden ser aplicadas en una tienda virtual para maximizar su visibilidad, atraer a un público objetivo y, en última instancia, aumentar las ventas y el crecimiento del negocio. Además, nos proponemos analizar los desafíos y las oportunidades que enfrentan las tiendas virtuales en el entorno digital actual, y explorar cómo estas estrategias pueden adaptarse y evolucionar para mantenerse relevantes en un mercado en constante cambio

Para llevar a cabo este proyecto, utilizaremos una combinación de métodos de investigación, incluyendo revisión bibliográfica, análisis de casos de éxito, encuestas y entrevistas a expertos en marketing digital. A través de esta investigación, esperamos proporcionar una guía práctica y estratégica para los propietarios y administradores de tiendas virtuales, así como para cualquier persona interesada en comprender el impacto del marketing digital en el éxito de los negocios en línea.

En resumen, este proyecto de investigación tiene como objetivo principal profundizar en el uso del marketing digital como una herramienta esencial para impulsar el éxito de una tienda virtual. Al explorar las mejores prácticas, identificar desafíos y aprovechar las oportunidades, buscamos brindar una visión integral y práctica que ayude a las empresas a alcanzar sus metas en el competitivo mundo del comercio electrónico.

3. RESUMEN

El presente proyecto de investigación se enfoca en el análisis del uso del marketing digital para impulsar el éxito de "Planamacula", una tienda virtual. La creciente popularidad del comercio electrónico ha generado la necesidad de adoptar estrategias efectivas que permitan destacar en un mercado altamente competitivo. El objetivo principal es identificar las mejores prácticas y técnicas de marketing digital que pueden ser implementadas en "Planamacula" para aumentar su visibilidad, atraer a su público objetivo y potenciar las ventas.

El proyecto se basa en la comprensión de que el marketing digital abarca una amplia gama de herramientas y canales digitales, como sitios web, redes sociales, correos electrónicos y aplicaciones móviles. Se llevará a cabo una exhaustiva revisión bibliográfica y análisis de casos de éxito para identificar las estrategias más efectivas en el ámbito del comercio electrónico.

Además, se realizarán encuestas y entrevistas a expertos en marketing digital para obtener información valiosa sobre los desafíos y las oportunidades que enfrenta "Planamacula" en

el entorno digital actual. Esto permitirá adaptar y evolucionar las estrategias de marketing digital para mantenerse relevantes en un mercado en constante cambio.

El resultado esperado es proporcionar una guía práctica y estratégica a los propietarios y administradores de "Planamacula", así como a cualquier persona interesada en el impacto del marketing digital en las tiendas virtuales. Se busca brindar una visión integral que ayude a maximizar el potencial de la tienda, aumentar su visibilidad, atraer a un público objetivo y lograr un crecimiento sólido en el competitivo mundo del comercio electrónico.

3.1 ABSTRACT

This research project focuses on analyzing the use of digital marketing to drive the success of "Planamacula," a virtual store. The increasing popularity of e-commerce has created the need to adopt effective strategies to stand out in a highly competitive market. The main objective is to identify the best practices and digital marketing techniques that can be implemented in "Planamacula" to increase its visibility, attract the target audience, and boost sales.

The project is based on the understanding that digital marketing encompasses a wide range of tools and digital channels such as websites, social media, emails, and mobile applications. A comprehensive literature review and analysis of successful case studies will be conducted to identify the most effective strategies in the e-commerce domain. In addition, surveys and interviews will be conducted with digital marketing experts to gather valuable insights into the challenges and opportunities faced by "Planamacula" in the current digital landscape. This will enable the adaptation and evolution of digital marketing strategies to remain relevant in a constantly changing market.

The expected outcome is to provide a practical and strategic guide for the owners and administrators of "Planamacula" as well as anyone interested in understanding the impact of digital marketing on virtual stores. The aim is to provide a comprehensive understanding that

PlanaMacula

helps maximize the store's potential, enhance visibility, attract the target audience, and achieve steady growth in the competitive world of e-commerce.

4.PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

PLANA MACULA es una tienda en línea con más de 5 años de experiencia en el mercado que busca expandirse a través de las redes sociales y las ventas físicas. Sin embargo, se ha observado un crecimiento limitado del negocio y los productos no han logrado un incremento significativo en las ventas a lo largo del tiempo.

El objetivo de este proyecto de investigación es evaluar la factibilidad y la pertinencia de los modelos de negocio digital que compiten directamente con PLANA MACULA. Se busca determinar si se están satisfaciendo las demandas de los clientes, las expectativas de compra y los precios promedio del mercado, entre otros aspectos relevantes.

Para obtener esta información, se emplearán diseños de investigación adecuados que permitan analizar y tomar decisiones fundamentadas para redirigir estratégicamente la marca y mejorar sus deficiencias. Se seleccionarán muestras representativas de los aspectos más relevantes para llevar a cabo un proceso de redireccionamiento que optimice la gestión de los recursos y el tiempo invertido. Además, se desarrollará una estructura adecuada para el seguimiento y la gestión de los clientes.

Mediante la implementación de instrumentos de marketing, se realizará un estudio detallado de los pasos a seguir para fortalecer interna y externamente la marca, mejorando así los objetivos de crecimiento establecidos.

4.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Plana Macula se dedica a la personalización de productos para clientes específicos, con el objetivo de materializar las ideas de los clientes en diseños especiales y ofrecer productos únicos, atractivos y valiosos que sean útiles para el cliente final.

A pesar de ser una tienda con una trayectoria considerable en el mercado y de haber evolucionado sus productos a lo largo del tiempo, surge la interrogante sobre por qué el crecimiento de la marca no ha sido tan significativo. Se plantea la hipótesis de que la estrategia de marketing utilizada no ha sido lo suficientemente llamativa, ya que la marca no se ha personificado y se ha limitado a ofrecer simplemente los productos. Además, estos productos, que son de piel, como ropa interior, presentan dificultades para ser exhibidos de manera convencional, ya que podrían considerarse como contenido inapropiado.

Otro aspecto a considerar es que hasta el momento no se ha desarrollado una estrategia de marketing sólida, sino que se ha basado únicamente en la oferta de los productos. Estos productos tienen un gran valor emocional e innovador, pero no se están presentando de manera que capture la atención del consumidor de manera efectiva.

PlanaMacula

Además, al haberse enfocado durante mucho tiempo en un único medio de difusión, la tienda ha enfrentado dificultades para atraer nuevos clientes. Por lo tanto, se plantea la idea de migrar hacia nuevas redes sociales u otros medios para ampliar su alcance y captar la atención de un público más amplio.

Cabe mencionar que la persona encargada de la gestión de la tienda es Valeria Bonilla, quien, al ser la única responsable en este momento, puede experimentar limitaciones en términos de generación de ideas y falta de dinamismo para explorar nuevos campos de acción.

En resumen, el problema radica en que Plana Macula, a pesar de su enfoque en la personalización de productos y su evolución a lo largo del tiempo, no ha experimentado un crecimiento significativo en el mercado. Esto se debe a una estrategia de marketing poco llamativa y a la falta de una estrategia de promoción efectiva que destaque los productos de valor emocional e innovación. Además, la dependencia de un único medio de difusión dificulta la captación de nuevos clientes. Por último, la falta de un equipo multidisciplinario puede limitar la generación de ideas y la exploración de nuevos enfoques.

4.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo podemos utilizar estrategias de marketing digital para transformar a Plana Macula en una startup valiosa y funcional, que la audiencia perciba como una marca de alto valor, con contenido de calidad y habilidades creativas destacadas?

5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. OBJETIVO GENERAL

Con el objetivo de potenciar y posicionar la marca de Plana Macula, implementaremos estrategias especializadas en el manejo de redes sociales, aprovechando herramientas digitales y capitalizando el poder de los influencers. A través de una cuidadosa planificación del contenido, estudiando el timing adecuado para cada publicación, crearemos demanda y captaremos la atención de nuestra audiencia.

El marketing de atención y la utilización de técnicas de copywriting nos permitirán destacar entre la competencia, generando un impacto emocional y persuasivo en los consumidores. Asimismo, nos enfocaremos en la creación de contenido de calidad, ofreciendo información relevante, entretenida y valiosa para nuestro público objetivo.

Además, implementaremos estrategias de ecommerce para facilitar las transacciones y optimizar la experiencia de compra de nuestros clientes. Utilizaremos técnicas de SEO de

PlanaMacula

Google para mejorar nuestro posicionamiento en los resultados de búsqueda y aumentar nuestra visibilidad en línea. La creación de una página web con WordPress y WooCommerce nos brindará una plataforma sólida para establecer nuestra tienda virtual, ofreciendo múltiples opciones de pago y brindando una experiencia de compra segura y conveniente.

El enfoque principal será el diseño e implementación de estrategias de marketing digital efectivas. A través de un análisis detallado de nuestro público objetivo, adaptaremos nuestras campañas publicitarias, el contenido de nuestras redes sociales y las estrategias de captación de clientes. Utilizaremos herramientas de segmentación y remarketing para maximizar el impacto de nuestras acciones de marketing y generar resultados medibles y rentables.

En resumen, mediante el uso de herramientas y conocimientos especializados en el manejo de redes sociales, implementación de estrategias de marketing digital y el aprovechamiento de herramientas como el ecommerce, SEO de Google y la creación de una página web con WordPress y WooCommerce, buscaremos posicionar a Plana Macula como una marca valiosa y funcional en el mercado. Nuestro enfoque se centrará en generar demanda, captar la atención de nuestra audiencia, mejorar el posicionamiento en línea y ofrecer una experiencia de compra satisfactoria para nuestros clientes.

5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar mercados para ventas al por mayor que sean rentables y durables en el tiempo -
- Generar estrategias aplicadas a la psicología del consumidor en tiempo de revolución digital
- Investigar las tendencias sociales para generar un crecimiento más rápido de mercado.

6. JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

6.1. JUSTIFICACIÓN

El ideal es identificar estrategias de mercadeo digital aplicadas a plana macula, investigar la psicología del consumidor y su comportamiento y el porqué de la toma de decisiones, se quiere identificar porque el cliente elige los productos personalizados de planamacula.

También estudiar la clasificación geográfica de los clientes y por qué las ciudades grandes de Colombia compran más ciertos productos.

Los resultados que se darán a la marca son una percepción disruptiva, innovadora y creativa para que la marca se destaque, que sea fuerte y valiosa para el público y que se pueda posicionar a través de una estrategia de estudio del mercado.

7. MARCO DE REFERENCIA DE LA INVESTIGACIÓN

7.1. MARCO TEÓRICO

El comercio electrónico y las tiendas en línea han experimentado un crecimiento significativo en Colombia en los últimos años y estos son los aspectos mas importantes a considerar:

Tendencia de crecimiento: El comercio electrónico en Colombia ha experimentado un crecimiento constante, impulsado por el aumento de la penetración de Internet y la adopción de dispositivos móviles. Según datos de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, en 2020, las ventas en línea en el país alcanzaron los 19.2 billones de pesos colombianos, representando un crecimiento del 23.9% en comparación con el año anterior.

Plataformas de comercio electrónico: Existen diversas plataformas de comercio electrónico populares en Colombia, tanto a nivel local como internacional. Algunas de las más

utilizadas son MercadoLibre, Linio, Falabella, Olx, entre otras. Además, muchas empresas han optado por desarrollar sus propias tiendas en línea para tener mayor control y personalización de la experiencia de compra.

Métodos de pago: Para facilitar las transacciones en línea, se han implementado diversas opciones de pago en Colombia. Además de las tarjetas de crédito y débito, también se utilizan plataformas de pagos electrónicos como PSE (Pago Seguro en Línea), PayU, PayPal, entre otras.

Logística y envío: El proceso de envío y logística es un aspecto crítico para las tiendas en línea. En Colombia, existen empresas de logística especializadas en el transporte de paquetes, como Servientrega, Coordinadora, Envía, entre otras. Además, algunas plataformas de comercio electrónico ofrecen servicios de logística integrados para facilitar la entrega de los productos.

Marketing y promoción: Para destacar en el mercado digital, es esencial realizar estrategias de marketing efectivas. Esto incluye la optimización del sitio web para motores de búsqueda (SEO), el uso de publicidad digital, el aprovechamiento de las redes sociales, el email marketing, entre otros.

Seguridad y confianza: La seguridad en las transacciones en línea es fundamental. Es importante que las tiendas en línea implementen medidas de seguridad como el cifrado de datos y los certificados de seguridad SSL para garantizar la protección de la información personal y financiera de los usuarios.

Según la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE) El crecimiento de las ventas en línea en Colombia ha sido notable en los últimos años, el comercio electrónico en Colombia ha experimentado un crecimiento constante en términos de ventas en línea.

Según la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, en 2020, las ventas en línea alcanzaron los 19.2 billones de pesos colombianos, lo que representa un crecimiento del 23.9% en comparación con el año anterior.

El acceso a Internet ha aumentado significativamente en Colombia en los últimos años.

Según el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, la penetración

de Internet en el país alcanzó el 70% de la población en 2020. Esto ha impulsado el crecimiento de las ventas en línea, ya que más personas tienen acceso a la tecnología necesaria para realizar compras en línea. Además el uso de dispositivos móviles, como teléfonos inteligentes y tabletas, ha desempeñado un papel importante en el crecimiento de las ventas en línea en Colombia. Según el informe "Tendencias Digitales en Colombia" de 2021, el 78% de los usuarios de Internet en Colombia acceden a la web a través de dispositivos móviles. Esto ha llevado a un aumento en las compras realizadas a través de aplicaciones móviles y sitios web optimizados para dispositivos móviles.

Los hábitos de consumo de los colombianos han evolucionado, y cada vez más personas están optando por realizar compras en línea debido a la comodidad, la variedad de productos disponibles y las ofertas atractivas. Además, la pandemia de COVID-19 ha acelerado esta tendencia, ya que muchas personas han optado por el comercio electrónico como una forma segura de adquirir productos sin salir de casa. Las ventas en línea no se limitan solo a ciertas categorías de productos en Colombia. Si bien inicialmente los productos electrónicos, la moda y los productos para el hogar eran los más populares, en la actualidad, prácticamente cualquier tipo de producto se puede encontrar y comprar en línea, desde alimentos y productos de cuidado personal hasta muebles y electrodomésticos.

Estos factores, entre otros, han contribuido al crecimiento sostenido de las ventas en línea en Colombia.

El uso de las redes sociales en Colombia es un factor a explotar debido a que en la actualidad es un común denominador en el diario de casi todas las personas.

Según K. Rosgaby Medina (2022) el "81% de la población total de Colombia es usuaria activa en redes sociales, es decir, 41.8 millones de personas. En el 2020, este porcentaje era de 69%, por lo que podemos observar un crecimiento de los usuarios en 12 pp. En promedio, los colombianos pasan 3 horas y 46 minutos al día conectados a las redes sociales, dividiendo su tiempo en 8 redes distintas.

PlanaMacula

El 52% de los usuarios de redes sociales son mujeres y el 48% son hombres. El 37% de las mujeres y el 35% de los hombres se encuentran entre los 18 y 44 años de edad.” (p. 35)

Estos valores nos demuestran la importancia y fuerza que debemos dar a las redes sociales y como influyen en el consumidor y como es un campo muy amplio para explotar, se puede llegar a casi toda la población por medio de las redes sociales, y como plana macula utiliza mucho a Instagram como red social aquí podemos ver la audiencia general para anuncios en Colombia

Ademas las principales plataformas de redes sociales y su alcance en el país:

1. Facebook: Facebook es una de las redes sociales más populares en Colombia, con un amplio alcance en términos de audiencia. Según datos de Statista, en enero de 2021, Colombia contaba con aproximadamente 36 millones de usuarios de Facebook.
2. Instagram: Instagram también tiene una presencia significativa en Colombia y ha experimentado un crecimiento constante en los últimos años. Según Statista, en enero de 2021, se estimaba que había alrededor de 21 millones de usuarios de Instagram en el país.
3. WhatsApp: Aunque WhatsApp es una aplicación de mensajería instantánea, es ampliamente utilizada en Colombia y se considera una plataforma social importante. Según el informe "Tendencias Digitales en Colombia" de 2021, WhatsApp es la aplicación de mensajería más popular en el país, con una penetración del 98% entre los usuarios de Internet.



Ilustración 1. Resumen de audiencia de Instagram, Branch (2022)

Cada vez que le damos un regalo a alguien, anticipamos una respuesta positiva, ya sea una sonrisa radiante o cualquier otra forma de reconocimiento. Si bien el pensamiento detrás del regalo es lo que importa en última instancia, una reacción favorable no tiene precio. La tarea de encontrar un regalo que sea bien recibido por el destinatario no es tarea fácil.

Cada individuo tiene sus propias preferencias únicas y algunas pueden resultar más difíciles de complacer o sorprender que otras. Sin embargo, al incorporar un toque de creatividad en el proceso, aumenta la probabilidad de regalar algo verdaderamente único.

Cuando elegimos presentar un regalo personalizado, independientemente de su valor monetario, estamos incorporando características distintivas que hacen que el artículo sea exclusivo. Tal regalo es un testimonio de la cantidad de esfuerzo, ternura y consideración que invertimos en crear algo que sea duradero y significativo. Nos permite forjar un vínculo directo con el destinatario ya que fue diseñado teniendo en cuenta sus preferencias.

De acuerdo a Helen Trocel (2021) ha concluido que “El motivo principal que induce a la compra de regalos personalizados es que los compradores los ven como algo más detallista

(respuesta elegida por el 37% de los encuestados), seguido de cerca por el hecho de ser algo único que no se puede comprar sin más en cualquier tienda.” (p. 35)

Además, los temas que influyen la decisión de compra en línea son:

1. Navegación sencilla

Las personas consideran la practicidad y la comodidad que ofrece la compra en línea. Pero eso no significa solo que decidan comprar a través de la pantalla para poder quedarse en casa. También es determinante que tu experiencia en la plataforma sea sencilla, intuitiva y sin complicaciones.

2. Buena ficha del producto y disponibilidad del mismo

En el estudio de IAB Spain (2015) se asegura que únicamente el 7% va a la tienda a ver el producto y luego lo compra por internet, mientras que un 67% realiza todo el proceso de manera online. Por ello, debes aportar toda la información que puedas: Desde una descripción completa del producto donde el usuario pueda conocer cuál es su función, con qué materiales ha sido creado o sus medidas hasta fotos y otro tipo de información gráfica. Además, otro aspecto que debes cuidar es la disponibilidad de tus productos. Es importante tener al día un inventario de lo que tienes o no. Cuando se ofertan productos que en realidad están agotados se crean malas experiencias. Evítalo siempre que sea posible. (p. u)

3. búsqueda personalizada

Ofreciendo a los usuarios todas las facilidades del mundo, la búsqueda avanzada es una de las más solicitadas. Los filtros en su página solo pueden beneficiar a los consumidores y mejorar su experiencia de compra. De esta forma, cada usuario tiene la oportunidad de acceder antes al producto que busca.

4. gastos de envío y devolución

Un estudio de Showroomprive.com y el Sello Confianza Online asegura que el motivo principal para realizar una queja se basa en la logística y los plazos de envío (39%)

mientras que un 14% lo hace por problemas a la hora de efectuar devoluciones. Es un elemento determinante. Otro de los factores que influyen en la decisión de compra online: que el ecommerce que visite el usuario sea honesto con él desde el principio. ¿En qué sentido? Los usuarios agradecen que el precio o la información de envío estén claras desde el principio. Las sorpresas no gustan. Y menos si a la hora de realizar el pago son informados de que tienen que pagar un importe mayor por el envío. Esto hace que se rechacen múltiples compras.

5. diferentes opciones de pago

Aunque la mayoría de personas optas por el pago con tarjeta de crédito, es importante tener la mayor cantidad de opciones de pago para los clientes.

6. seguimiento de compra

Mostrar el proceso de seguimiento mantendrá a los usuarios informados sobre sus compras, lo que generará confianza en la empresa.

7. no descuidar la competencia y sus ofertas

Hay que estar a la vanguardia de la oferta y demanda de productos de la competencia e ir un paso adelante.

8. Valoraciones de otros usuarios

Una gran cantidad de personas se fijan mucho en los comentarios de otros clientes para la compra de sus productos.

7.2. MARCO CONCEPTUAL

Mercadeo e-commerce

Hoy en día, el comercio electrónico se ha convertido en una importante herramienta para que las empresas amplíen sus mercados: según el primer estudio de consumo de comercio electrónico en Colombia, el 90% de los internautas realiza alguna actividad de comercio electrónico y el 80% visita la web para consultar información. productos o servicios.

El E-Commerce en el mundo cuenta cada vez con más aplicaciones, herramientas y plataformas para gestionar estrategias de ventas virtuales, su implementación permite el crecimiento y una gran cantidad de compradores, la adopción de estas tecnologías trae grandes beneficios a las empresas, pero por otro lado, la información la gestión y su inclusión en procesos que tienen que ser cada vez más automatizados también presentan enormes desafíos, por lo que el concepto de integración de aplicaciones que permite que estos sistemas se conecten para compartir información es muy relevante en este momento.

Añade servicios complementarios y optimiza procesos.

Según el documento CONPES 4012 de 2020 (Política Nacional de Comercio Electrónico) y tomando la definición de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) el comercio electrónico "es la venta o la compra de bienes o servicios, realizadas mediante redes informáticas a través de métodos específicamente diseñados con el propósito de recibir o procesar pedidos, independientemente de si el pago y la entrega de los bienes o servicios ocurren en línea" (2011).

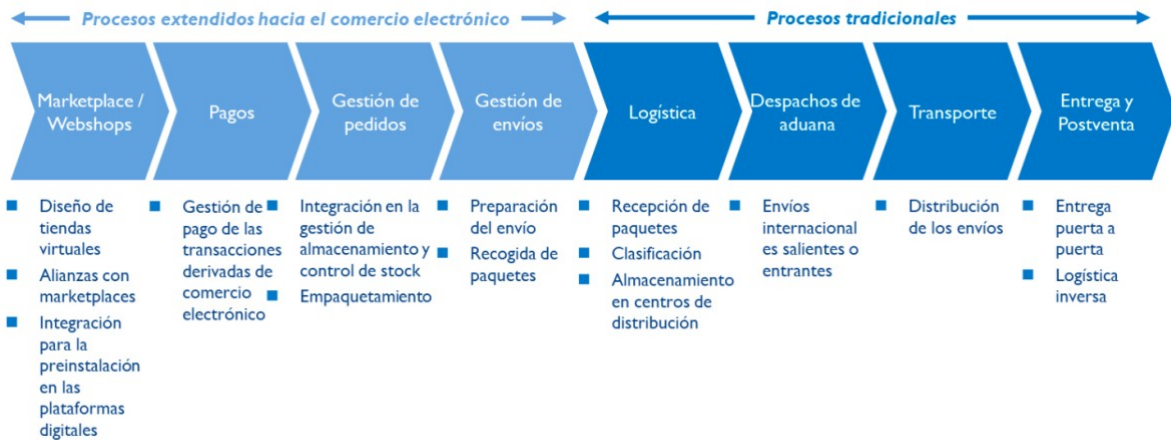


Ilustración 2. Procesos del comercio electrónico. Fuente, Mintic.

Las compras en línea continúan creciendo después de que el crecimiento se aceleró debido a las restricciones y restricciones de la era de la pandemia. Las ventas online totales en el segundo trimestre de 2022 alcanzaron COP 13,6 billones, un incremento de 11,4% respecto al primer trimestre de 2022 y de 53,3% respecto al primer trimestre de 2021, según la Cámara de Comercio de Colombia.

Según la última medición de ENTIC, actualmente hay alrededor de 6 millones de personas que compran en línea en el país, mientras que, según Statista, la cantidad de usuarios de comercio digital global puede llegar a 4 mil millones para 2025, debido a comercio electrónico local, nacional o transfronterizo. comercio, podrán atender sus decisiones de consumo y hacerlos más eficientes en términos de tiempo y satisfacción de necesidades.

Colombia es uno de los mercados de más rápido crecimiento para el marketing digital y creemos que estos números lo impactarán tanto como a nosotros y lo ayudarán a tomar la decisión de ingresar al mundo digital con una agencia como Symbol. La población urbanizada es de 51,39 millones, con 65,75 millones de dispositivos móviles, lo que representa el 127,9% de la población de mi país, de los cuales el 69% (35,5 millones) son usuarios de Internet, el 81% son usuarios activos y el 3% (41,8 millones) son de redes sociales

usuarios Aquí podemos ver un crecimiento exponencial, especialmente en términos de usuarios activos en las redes sociales, con un crecimiento del 7,2% en enero de 2022 en comparación con los datos del mismo informe en enero de 2021. Estos números nos muestran que Colombia es un país cada vez más conectado y que si no estás en el mundo digital, puedes ser completamente ignorado por muchos y estás perdiendo grandes oportunidades de conocer gente nueva.

Según Paola Hernandez (2022) Cabe destacar, que en Colombia cada vez más empresas están ingresando al mundo digital ya que en este medio se ha encontrado un potencial para las marcas, sin embargo, las empresas deben generar rutas de estrategias adecuadas. Es por ello, que antes de salir al mercado digital las empresas deben estructurarse tanto internamente como en su canal y al final generar una estructura 360 grados, en Performance & Media Digital trabajamos desde la base de cada empresa y sobre esa estructuración para que salgan correctamente al mercado, generamos todas las estrategias necesarias y acciones que permitan a nuestros clientes generar los resultados esperados todo los ángulos deben estar cubiertos De la experiencia que generes a tu usuario dependerá la imagen de la empresa, los comentarios y más importante la recompra. “es mucho más económico generar nuevas compras que traer clientes nuevos”. (p. 35)

Vivimos en un mundo digital: en Colombia somos 50,61 millones de habitantes, hay 60,38 millones de conexiones a teléfonos móviles, 35 millones de conexiones a internet, -69% de la población es móvil-dependiente ya que en promedio utilizamos el celular 274 minutos/día, fanáticos de las redes sociales (35 millones somos usuarios activos de redes sociales: 32 millones en Facebook, 12 millones en Instagram, 7,8 millones en LinkedIn y 3,2 millones en Twitter) -Juan C. Mejía Llano-.

Además, somos críticos y nos gusta comentar y criticar todo lo que nos gusta y no nos gusta de las marcas y las personas. Esto describen muy bien el mundo y el consumidor que tienen las marcas, un cliente diferente para el cual la calidad del servicio y las experiencias que le

PlanaMacula

proporcionen, son fundamentales al momento de tomar sus decisiones de compra, compartir y recomendar a sus amigos y familiares una marca y, leer, escuchar o ver una publicidad, correo electrónico o mensaje de texto.

La relación marca-cliente ha dejado de estar determinada por los descuentos, ofertas y promociones para centrarse en el valor del cliente y el reconocimiento que tengan al momento de una queja o sugerencia o compra. 83% de los clientes confía en el “boca a boca” digital más que en el contenido que producen las marcas (llámese publicidad o descuentos) -Mavrck-.

7.4. SOBRE PLANAMACULA



Ilustración 3, Medias de referencia, planamacula

MISIÓN

Vestir y complementar con accesorios personalizados a un público que busca identidad en todo lo que adquiere, dando la opción de personalizar en el momento de la compra con un tiempo muy rápido de respuesta y entrega, estampando el diseño en el producto que el cliente quiera adquirir

VISIÓN

En 5 años debemos tener una tienda líder que maneje todos los productos y también el servicio de personalización al momento, Tener varias franquicias en Bogotá y en el resto del país que ofrezcan nuestros productos.

Posicionarse como una marca reconocida en el ámbito de la personalización y de los accesorios textiles, ropa interior y exterior.

Manejar productos de mayor valor comercial como maletas estampadas, zapatos estampados, chaquetas, etc.

POLÍTICAS Y VALORES ORGANIZACIONALES

Crear una recordación de marca cautivando la atención del cliente en sus cinco sentidos, con una plaza diferenciadora y llamativa, siempre tener un olor que nos identifique como marca, activando el sentido del tacto a través de la sensación de nuestros productos, escuchando música con la que se sienta cómodo e identificado con el espacio que le ofrecemos y a la hora de la compra dar las gracias con un dulce, para darle un sentimiento de satisfacción por su compra.

Generar la mejor atención posible, tanto en el profesionalismo como en la cortesía y amabilidad que podamos brindar.

Siempre tener una opción para el cliente, tanto sea como en precio, como en diseño.

Siempre estar a la vanguardia de diseños y de productos, mantener un alto desempeño en la demanda de nuevos diseños referentes a los lanzamientos de películas, series bandas y demás temas.

Mantener nuestros precios cómodos al público sin bajar la calidad de los productos, para ser siempre bien vistos por nuestros clientes a la hora de volver a comprar en la tienda. Generar innovación en cuanto a estampados y diseños, generar nuevas alternativas para el cliente en los productos clásicos.

Buscar recursos ecológicos para la fabricación de nuestros productos.

PlanaMacula

Mantener la innovación social ayudando a mas familias que se involucren con los procesos de fabricación de los productos y dar la oportunidad de que el cliente también venda nuestros productos y tenga una ganancia.

ACTIVIDADES CLAVES

Diseño de estampados

Nosotros creamos los estampados para el catalogo de venta online o venta al por mayor, y este se varia cada temporada, además que tiene mas de 300 diseños por el momento Además, también creamos el diseño de estampado en el momento cuando ofrecemos la personalización en ferias.

Producción de acabados

Creamos el diseño de estampado en el momento de la compra cuando ofrecemos la personalización en ferias.

Comercialización por redes sociales

En redes sociales manejamos una comercialización muy fluida por los canales de Instagram, Facebook y Marketplace, donde damos a conocer el producto y generamos ventas tanto al por mayor y al detal, donde los clientes muchas veces hacen mas compras y se vuelven clientes frecuentes del producto.

PROPUESTA DE VALOR

Elementos de diferenciación son:

La Personalización de las medias al momento de la compra, con el diseño que desee con una respuesta de 5 minutos en la estampación.

Madres cabeza de familia hacen parte de la producción de las medias estampadas en el molde y desmolde de las medias y empaque del producto

El cliente puede hacer parte la empresa vendiendo el producto de forma efectiva, fácil y segura. A todos nuestros clientes les decimos que si el producto les gusta pueden hacer

PlanaMacula

parte de nuestros pequeños distribuidores vendiendo en sus entornos y círculos sociales nuestras medias teniendo ganancias de hasta el %100 del producto.

RELACIÓN CON EL CLIENTE

Contacto directo con el cliente por medios digitales como Instagram, Facebook, Marketplace y el canal por el que se hacen el 90% de las ventas online es WhatsApp a donde se re direccionan todos los clientes que nos contactan por los diferentes medios digitales.

En ferias también hacemos un contacto mucho mas directo con el cliente ya que podemos ofrecer todo el proceso de compra.

Intermediario por medio de tiendas de franquicia ya que es la tienda quien directamente frece el servicio al cliente.

SEGMENTO DE CLIENTES

Mujeres y hombres de 18 a 35 que usan frecuente de redes sociales, personas carismáticas con grandes círculos sociales, que se identifiquen emocionalmente con el entorno.

7.5. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Plana Macula es una empresa que entra en el sector de las tiendas online y como tal, debe abrirse campo en los retos de la actualidad digital, como lo son la sobrecarga de opciones, ya

PlanaMacula

que las personas ven videos de 10 segundos a 1 minuto, donde muchas páginas están ofreciendo diferentes servicios y productos y todos tratan de captar la atención y monetizarla.

También están los sobrecostos de publicidad para plataformas como Instagram y Facebook, ya que con la gran demanda de tiendas en línea se vuelve cada vez más costoso hacer una pauta publicitaria en estas plataformas.

No solo se compete con aquellas tiendas que son competencia directa sino con todas las tiendas, los servicios e incluso el contenido no publicitario, por lo que la competencia es más fuerte.

Gracias a la era de la digitalización y de los smartphones, las personas están distraídas, y no ponen atención, cambian sus hábitos todo el tiempo, y están consumiendo constantemente muchas ideas diferentes en redes sociales, la multitarea ayuda a que las personas no puedan enfocarse en un objetivo a la vez y todo el tiempo estén sobre estimulados con información.

Por lo tanto, el reto de planamacula es entrar en ese mercado, captar, sostener y monetizar la atención del cliente, llegando a el target específico, con un estudio de población creado por la aplicación con mayor interacción de la marca que es Instagram

8. DISEÑO METODOLÓGICO

para recolectar y analizar las variables medibles que se especifican en el problema de investigación vamos a llevar a cabo encuestas que sustenten la interacción y el alcance de la página, estos resultados se dan a través del estudio de los seguidores de la página de

Instagram, que es la red con mayor presencia de clientes

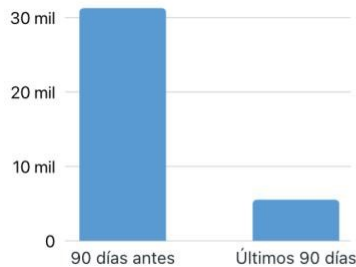
- Estudio de población de los seguidores de planamacula

Interacción

Me gusta, comentarios y veces que se ha compartido las publicaciones

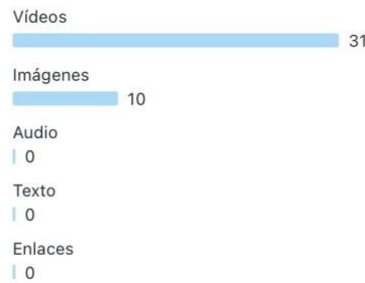
5537 ↓ 82,3 %

Total de los últimos 90 días en comparación con los 90 días anteriores



Mediana de Me gusta, comentarios y veces que se han compartido las publicaciones por tipo de contenido multimedia

De las publicaciones que has creado en los últimos 90 días



Mediana de Me gusta, comentarios y veces que se ha compartido las publicaciones por formato de contenido

De las publicaciones que has creado en los últimos 90 días



Ilustración 4. Interacciones con el contenido de Instagram, Fuente Meta bussiness, PlanaMacula

La ilustración 3 nos muestra como en el transcurso de 3 meses se llega a 30mil interacciones, entre me gustas, comentarios y veces que se ha compartido la página. El flujo de personas es mayor a el movimiento de interacciones de otras páginas similares.

También podemos ver que las personas tienen una mayor interacción con los contenidos de video como los reels o las historias que con las fotos.

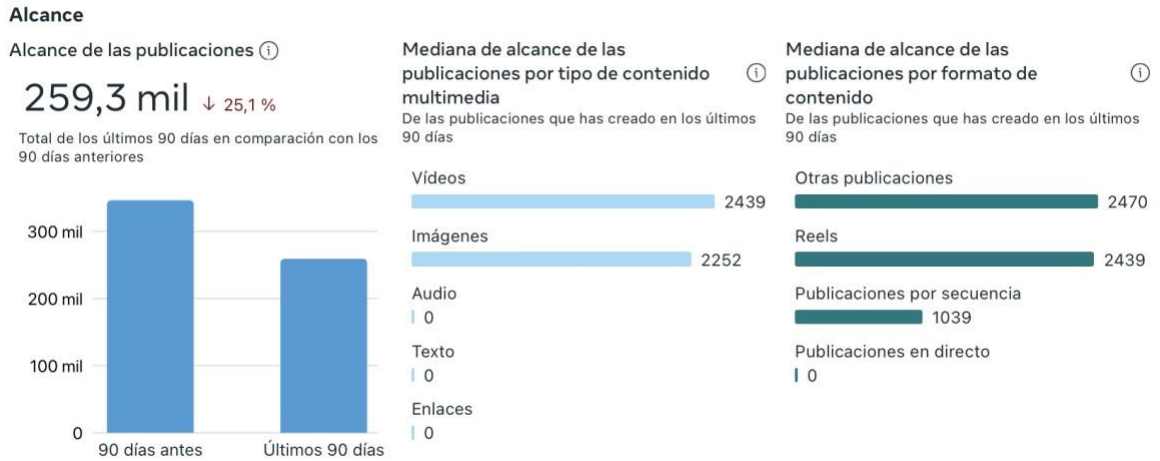


Ilustración 5. Alcance de publicaciones, Fuente Meta bussiness, PlanaMacula

En la ilustración 4 podemos identificar que las publicaciones tienen un alcance de hasta 259.000 personas dependiendo del movimiento de la página y los posts que se realicen.

Podemos ver que el alcance de estas publicaciones es similar tanto para fotos como para videos y que los reels llegan a una mayor audiencia de manera orgánica que otro tipo de publicaciones.



Ilustración 6, comparación de rendimiento con tiendas similares, Fuente Meta bussiness, PlanaMacula

En la ilustración 5 podemos interpretar el rendimiento de nuestra página con otras del sector, vemos que el flujo de publicaciones debería ser más alto comparado con las otras páginas.

Sin embargo, aun con déficit de publicaciones, la página tiene un alcance orgánico similar a otras de la misma categoría, estos significan que se podría tener un mayor alcance que otras páginas si se mejora la frecuencia de publicaciones de la página.



Ilustración 7, porcentaje según geolocalización global, Fuente Meta bussiness, PlanaMacula

PlanaMacula

Aquí podemos ver Colombia es el país que consume casi el 90% del contenido de planamacula, por lo que el gentilicio que manejamos y la propuesta geológica esta uy bien especificada.

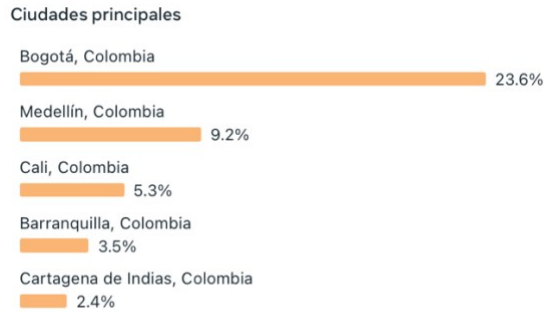


Ilustración 8, porcentaje de geolocalización población colombiana, Fuente Meta bussiness, PlanaMacula

Y también se muestra como la ciudad con mayor interacción es la capital y como las ciudades se distribuyen bien en porcentaje con respecto a la población, por lo tanto, podemos decir que toda Colombia consume contenido de la pagina teniendo en cuenta la población de cada ciudad y estados.

Seguidores de Instagram ⓘ

15 731

Edad y sexo ⓘ

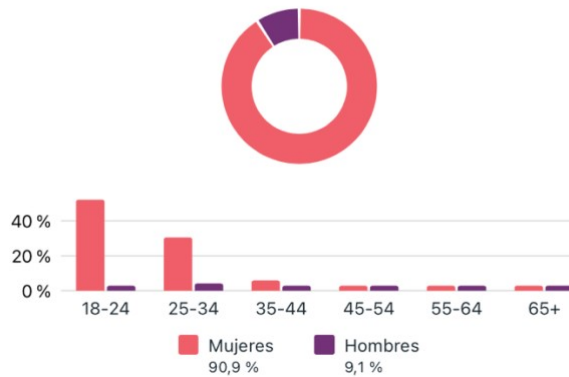


Ilustración 9, edad y genero de los seguidores, Fuente Meta bussiness, PlanaMacula

Planamacula debe enfocarse en el público femenino ya que suponen el 95% de los clientes. Así como la edad especifica de nuestro cliente es de los 18 a 30 años.

- Encuesta a clientes frecuentes de la pagina

Ahora estudiamos los resultados de una encuesta hecha a clientes que ya han comprado en la tienda:

numero de respuestas 48 encuesta realizada del 16 de junio al 18 de junio

Tu ciudad

47 respuestas

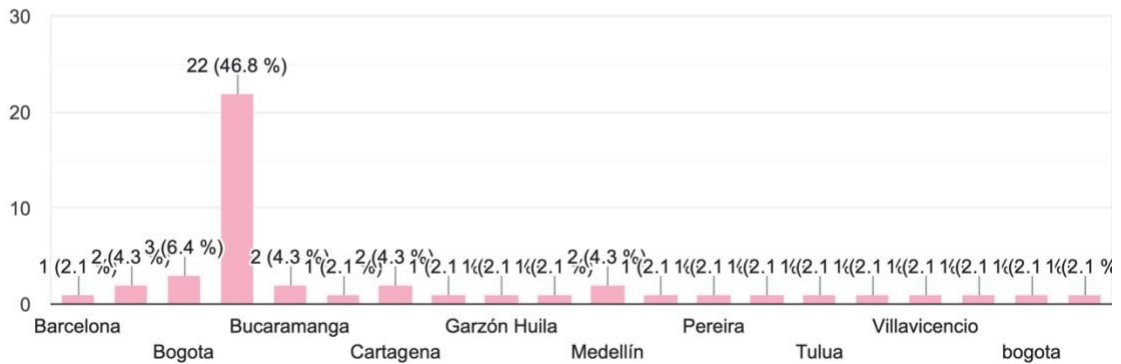


Ilustración 10, ciudades desde la cual compro productos

Podemos ver que la ciudad en la que más se compra es Bogotá, que es la ciudad donde se ubica la tienda, sin embargo, vemos que en otras ciudades también se compran productos.

Como conociste a PLANAMACULA?

48 respuestas

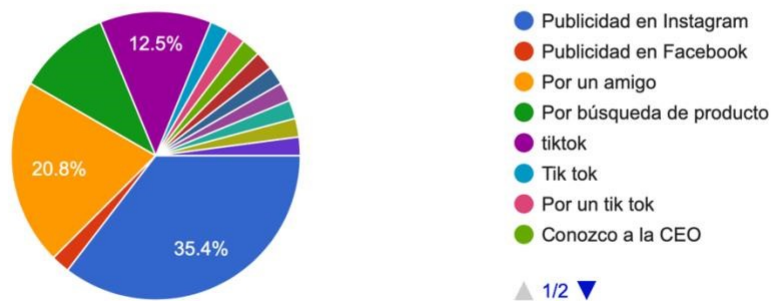


Ilustración 11, por cual medio conocieron la tienda los clientes

Podemos ver de nuevo que la publicidad de Instagram es el medio por el que más se contactan los clientes, y como segundo medio más común tenemos la voz a voz, también es importante resaltar que tiktok tienen una amplia presencia.

Cual es el medio de pago más común que manejas en compras en linea?

48 respuestas

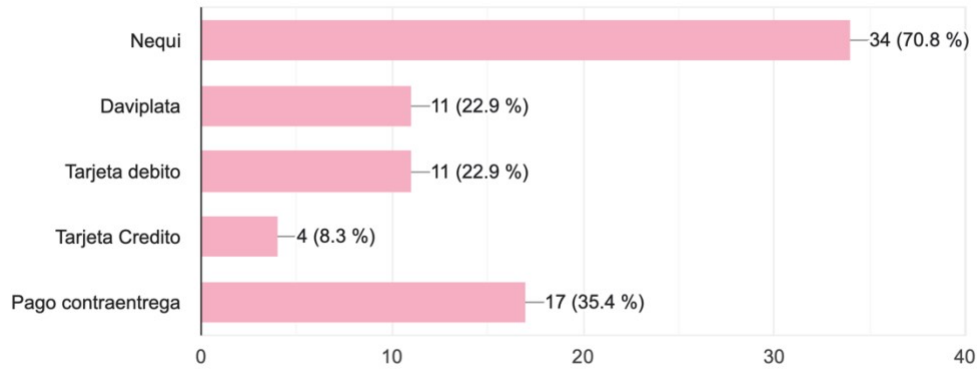


Ilustración 12, medios de pago más utilizados por los clientes

Planamacula maneja, para sus compras en línea, medios de pago como, nequi, daviplata, transferencia entre bancos.

Sin embargo, a la fecha de realizada la encuesta la página no cuenta con medios de pago como tarjeta de crédito. Este medio de pago se espera implementar con la página web.

El estudio de medios de pago aún está en estudio, puesto que, al ser un producto personalizado, si no es recibido y pagado por el cliente a la hora de la entrega, es muy posible que se pierda todo el producto y por lo tanto tener perdidas en este.

Un regalo personalizado tiene un impacto emocional?

47 respuestas

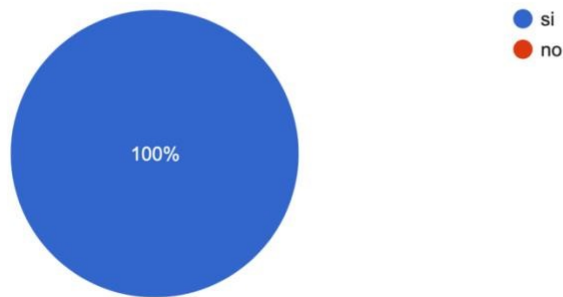


Ilustración 13, impacto emocional de los productos personalizados

Aquí podemos ver que los productos personalizados son valiosos emocionalmente para los clientes, y como planamacula se destaca por hacer productos para regalar, estos productos cuentan con un alto valor emocional, tanto para el cliente como para el usuario final.

Los clientes valoran esta propuesta y es uno de los valores más fuertes como marca que maneja planamacula.

Es importante el empaque a la hora de recibir tu producto?

48 respuestas

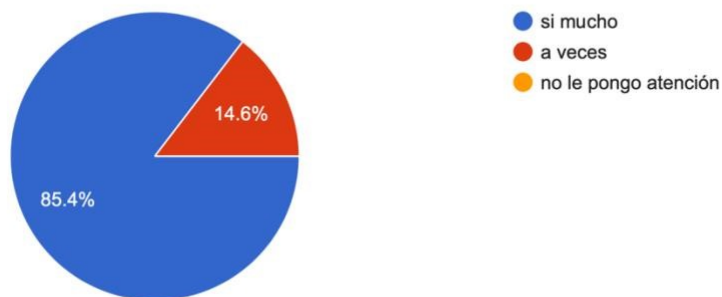


Ilustración 14, embalaje del producto

Planamacula se enfoca muy bien en la presentación de su producto a la hora de ser entregado, ya que los clientes por lo general no tienen un contacto físico con la tienda,

PlanaMacula

nuestra interacción es el cómo se percibe el producto desde que se recibe, por ello creamos un empaque que se asemeja a recibir un regalo, pues empacamos cada producto con papel seda y un sticker de la marca, que protege al producto y también da una sensación especial.

La bolsa con cierre de seguridad hace que los clientes se sientan seguros de que nadie ha abierto su empaque y que solo fue manipulado por la tienda y hasta llegar a su destino final. También es importante añadir que las bolsas que utilizamos son de material biodegradable, hechas especialmente para la marca.



Ilustración 15, empaque y bolsa que recibe el cliente con su compra

Aquí vemos un ejemplo de cómo debe recibir el cliente su compra, con la bolsa sellada, sin ningún daño físico.

PlanaMacula

Respuestas de los clientes a la pregunta:

que sea reconocida por su compromiso a esta
La atención siempre es lo más importante, responder los mensajes a tiempo, revolver dudas, etc.
Sus seguidores, ver producto final real
Ver que tanta gente a comprado para tener confianza
Pequeños emprendimientos
La interacción de la marca con los clientes potenciales
Datos de contacto de la tienda. Facilidad en el contacto y rapidez en la respuesta.
Las pruebas de entregas a otros clientes, pagos contraentrega
La amabilidad de la sra
Testimonios de otros clientes.
Que sea en producto como es y entregado a tiempo
Los comentarios
Hacen todo como lo pides y llega súper rápido, aparte la atención es muy buena
La comunicación frecuente
Q lo entreguen en el tiempo que dicen
La cantidad de seguidores, reseñas y la atención que tengan con los clientes
Ver el historial
Que tenga varias publicaciones y que sean recientes, que aparezca alguna persona en sus publicaciones.
Si, las recomendaciones , los clientes satisfechos, y el # de seguidores y la interacción de publicaciones activas
Que siempre estén atentos al cliente, que tengan buena publicidad en Instagram

Responder comentarios, tener perfil público, evidencia de entregas
Tener referencias
Por la cantidad de seguidores, y en las historias de los clientes que ya tuvo
La atención y si hay evidencia de clientes
Historias reposteadas con productos que hayan llegando a las personas
Recomendaciones
Respuestas constantes a lo que necesite o dude el cliente. Seguidores. Clientes con el producto/recomendaciones.
Evidencia de productos ya hechos y entregados, además de los comentarios y críticas de sus seguidores o clientes.
pos que no te tumben
Es importante que la empresa muestre seguridad en sus ventas y le genere confianza a los clientes , también es importante la veracidad de los productos y los review de las personas que ya han consumido la marca
La atención inmediata
Servicio Contra entrega
Servicio y referencias
Testimonios de clientes
La actividad en su cuenta y el contenido
Que tenga muchos seguidores
Seguidores y la atención de la vendedora.
Referencias de compradores anteriores
Calidad
Buenas fotos.
Varias líneas de contacto, página web, WhatsApp, etc..
Que tenga diferentes métodos de pago en plataformas seguras
ver q si tengan gran reconocimiento y q gente los recomiende
Que no pidan abonos, y que el pago sea contraentrega
Que respondan rápido los mensajes y que acepten 50% de pago inicial y a la entrega el otro 50%, o llegar a un acuerdo con el cliente
Que tengan a los clientes satisfechos en historias destacadas
Las reseñas

Ilustración 16, respuestas a la pregunta anterior

Para los clientes es muy importante que la pagina sea segura, deben percibir seguridad de que la tienda entrega el producto deseado en el tiempo estimado, que cumpla con las garantías y que sea de fácil acceso.

cual es nuestro producto mas interesante?
48 respuestas

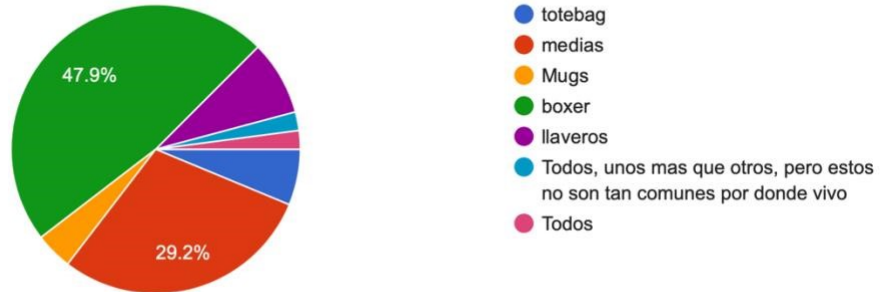


Ilustración 17, recuento de productos más llamativos de la pagina

Los clientes perciben los bóxeres como el producto de mayor impacto y más interesante de la tienda, en segundo lugar, están las medias, estos dos son los dos productos más vendidos.

• Comentarios adicionales:

Si, son muy originales.

Sii

Todo, me parece una marca muy interesante y con buenos productos

Me encantan.

Si, me gustaron mucho

PlanaMacula

Estoy agradecida con la Atencion y la calidad de los productos. Seguiré comprando

Tienen excelentes productos y muy buena atención

Ninguno

Nou

sigue asi, diversifica. Te amo

Me gustan las marcas dinámicas, que siempre estén conectando con la audiencia

Empeques reciclados

Me gusta mucho su emprendimiento 😊

Si, me parecen muy interesantes y un bonito detalle que se puede dar a un ser querido.

Muchoooooo

No los conozco, pero si los hace Valeria, seguro son muy buenos.

ME ENCANTAN

Sí, son muy bonitos y el precio es accesible

si

Boxer personalizado

Mucho

- Me gustaría conocer su catalogo
- Que pongan en las historias destacadas las reacciones de los que le entregan el regalo 😂
- Dar las gracias por la excelente atención
- Me parece un poco caro
- Gracias, quedé satisfecha con el producto!!!!
- Genial la tienda
- Sería bueno que a la hora de vender los mugs, ofrezcas entregar cada unidad en su cajita, obviamente con un valor adicional :)
- En los Reels los 3 primeros segundos, son claves para atrapar a los clientes

Los comentarios de los clientes son muy positivos, muestran que se está haciendo un buen trabajo, sin embargo, hay aspectos por mejorar, como generar una mayor interacción con los clientes, ofrecer mayor versatilidad con las ventas al por mayor, mantener y mejorar la atención al cliente y continuar con un contacto muy cercano.

- Comentarios de los clientes, encuesta de satisfacción del producto:

Me cuentas como te fue con el servicio en general?

44 respuestas

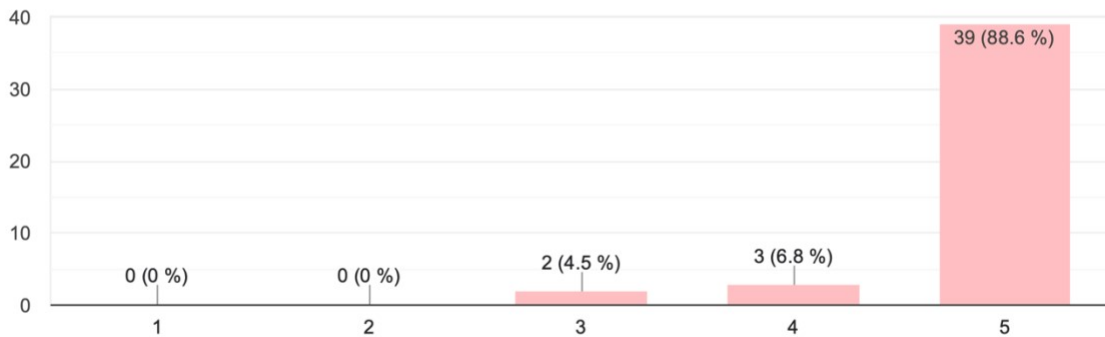


Ilustración 18, servicio general a la hora de hacer la compra

No tenemos reseñas negativas, sin embargo, no todos los clientes están 100% satisfechos

Te gusto tu producto?

44 respuestas

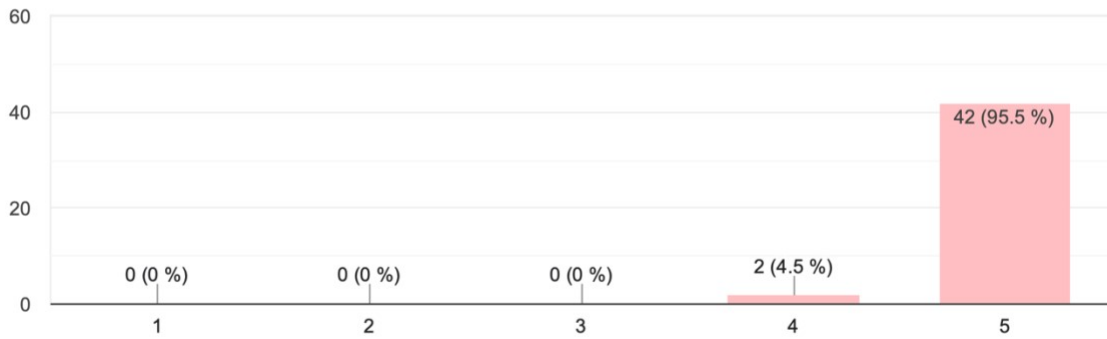


Ilustración 19, aceptación y aprobación de los productos

El 95% de los clientes están muy satisfechos con su compra, no tenemos reseñas negativas.

Y qué tal la atención?

44 respuestas

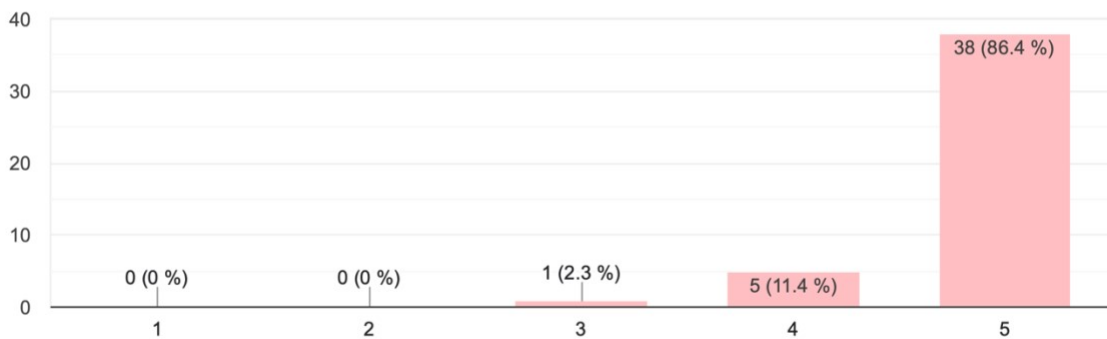


Ilustración 20, atención a los clientes

PlanaMacula

Hay aspectos por mejorar a la hora de atender a los clientes, sin embargo, no tenemos reseñas negativas.

Comentarios:

Super Rapida la entrega.

Todo estuvo hermoso!

Más opciones de tallas

Contestar los mensajes, no dejar en visto

Manejan un excelente servicio al cliente, son muy detallistas a la hora de diseñar, y se preocupan por que el cliente quede satisfecho. Sin duda los recomendaré a todos mis conocidos.

Nunca recibí la guía 😞 entonces no supe nada del pedido hasta que llegó

Excelente servicio y mucha paciencia

PlanaMacula

Todo perfecto

Todo fue Perfecto y Valeria muy amable

Eres la mejor

nop

Me gustó mucho la atención, son realmente muy amables y están muy pendientes. El producto estaba muy bien empacado. Muchas gracias :D

Por favor enviar el número de guía cuando realicen el envío para poder rastrearlo

Felicitarlos por tan buen trabajo

Tienen unos productos de excelente calidad, accesibles y la atención es excelente.

Se demoraron mucho en responder y no me confirmaron que día llegaba.

Nada, todo perfecto!

Me gustó mucho todo

Estoy muy contenta de recibir este producto, cumple con mis expectativas, el aporte que les haría sería que en los padmouse le incorporarán almohadillas para que fueran más ergonómicos. Es una buena opción para aquellas personas que sufren de dolores en las muñecas

PlanaMacula

Me encantó el producto, excelente calidad y servicio
Muy amables

todo perfecto

Me parece un emprendimiento muy dedicado, te genera mucha confianza a la hora de hacer tu pedido

Sería bueno que el empaque fuera más amigable con el medio ambiente.

Todo estuvo perfecto, muy satisfecha con todo

Me encanto! Impresionada con lo rápido que fue, la calidad es demasiado buena !!

Nada, espero comprar de nuevo pronto

Se entienden que tengas varios clientes,pero que no se demoren tanto en responder :3 pero de resto espectacular,el empaque y el detalle muy lindooooo

Los detalles del pedido son muy buenos, el cuidado en el empaque y la rapidez del envío, son puntos a destacar. Sin embargo, en el mug que pedí se evidencian en la parte de abajo ralladuras, por favor un poco mas de cuidado con esos pequeños detalles.

Estar un poco más en contacto con la empresa del envío, para saber con más exactitud el día de entrega

Todo correcto

Creo que más que una observación me gustaría destacar la forma en que te atienden, normalmente en otros negocios o en compras así siempre hay un poco de seriedad, se puede interpretar que es para generar confianza y que es un negocio serio pero me gusto mucho que fueran muy tranquilos y amigables :) muy buen servicio

Las imágenes que son completas deberían avisar que sobra un buen espacio con eso, uno añade una imagen o escoge otra

Mejor atención vía whatsapp

La atención es rapidísima, super amables y dan muchísima confianza, pacientes con el cliente, tienen stickers lindos y los precios son muy económicos frente a otras empresas que realizan lo mismo sin afectar la calidad

Me encantó todo 🥰

PlanaMacula

Trabajan muy bien! Crearía un catalogo de productos o arreglaría un poco el feed de IG, no es tan sencillo entender lo que ofrecen. También agregaría más muestras de los trabajos finales. Gracias por su paciencia! Como cliente aprecio mucho que me hayan aguantado tanta preguntada!

Muy buenos productos, super llamativos, buen servicio y en la entrega muy bien empacados

me encanto el servicio y el producto muy novedoso

El producto es muy bueno, sin embargo algunas partes quedaron cortadas por un dobles de la tela al momento de estampar, de resto perfect.

Estoy muy satisfecha con tu producto y la atención prestada, no han pensado personalizar más prendas?

Es excelente el servicio, el producto y la originalidad

No

Las fotos pueden tener formas cuando se plasmen en el producto

Interrapidísimo es muy lento y malo

Mala no, buena si, me encantó la chica. Que atendió, fue atenta y paciente, jajaja y me dio confianza, gracias muy lindo ✨

Todo muy excelente, aunque se podría crear un servicio extra para un regalo como mandar el pocillo lleno de dulces o de pronto de un peluche o algo así, sería lindo

Si hay algún percance, hay que hablarlo con la cliente con tiempo para poder solucionarlo con facilidad :)

Estas interacciones con los clientes, nos confirman que estamos haciendo un buen trabajo, sin embargo, hay aspectos por mejorar, como los intermediarios de envíos, respuestas más rápidas y generar mayor confianza con la compra.

9. CRONOGRAMA

				CRONOGRAMA																											
TAREA	INICIO	FINALIZACION	ESTADO	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5	SEMANA 6	SEMANA 7	SEMANA 8	SEMANA 9	SEMANA 10	SEMANA 11	SEMANA 12	SEMANA 13	SEMANA 14	SEMANA 15	SEMANA 16	SEMANA 17	SEMANA 18	SEMANA 19	SEMANA 20	SEMANA 21	SEMANA 22	SEMANA 23	SEMANA 24	SEMANA 25	SEMANA 26	SEMANA 28	
INVESTIGACION																															
ESTUDIO DE DATOS	06.03.2023																														
ESTUDIO DE ADMINISTRACION	13.03.2023	25.04.2023	FINALIZADO																												
ESTUDIO DE LA ORGANIZACION	06.03.2023	08.04.2023	FINALIZADO																												
ESTUDIO DE CLIENTES MAYORISTAS	24.03.2023																														
ESTUDIO CONCEPTUAL DE MERCADEO	06.03.2023																														
ESTUDIO DE PRECIOS	27.03.2023	10.04.2023	FINALIZADO																												
ESTUDIO DE MARKETING DE ATENCION	20.03.2023	08.05.2023	FINALIZADO																												
ESTUDIO DE NUEVAS REDES SOCIALES	01.05.2023																														
ESTUDIO DE CANALES DE VENTA EN LINEA	10.05.2023																														
APLICACION																															
PLANEACION ESTRATEGICA	12.04.23	8.05.23																													
REDISEÑO DE PERSONALIDAD DE MARCA	8.05.23																														
DEFINICION DE TIEMPOS	17.04.23	4.05.23																													
CREACION DE CATALOGO	22.05.23		SIN INICIAR																												
CREACION DE PAGINA WEB	1.05.23	19.05.23	PROCESO																												
APLICACION DE PASOS DE MARKETING DE ATENCION	29.05.23		SIN INICIAR																												
INFLUENCERS	1.06.23		SIN INICIAR																												
PERSONALIZACION	10.04.23	4.05.23	FINALIZADO																												
APLICACION DE COPY	27.04.23	19.05.23																													
PRUEBA SOCIAL	28.04.23	12.05.23	FINALIZADO																												
ESTUDIO FOTOGRAFICO		23.04.23																													
PUBLICACION DE HISTORIAS	20.05.23		PROCESO																												

10. REFERENCIAS

Trocel, H. (2021). Estudios: Los consumidores prefieren regalos personalizados.

Medina, K. R. (21 de junio de 2022). Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2021-2022. Obtenido de branch:

<https://branch.com.co/marketingdigital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2021-2022/>

Spain, i. (2017). 0 factores que influyen en la decisión de compra online. Obtenido de antevenio: <https://www.antevenio.com/blog/2016/10/10-factores-que-influyen-en-la-decision-de-compra-online/>

que es el comercio electronico? (2023). Obtenido de mintic:

<https://observatorioecommerce.mintic.gov.co/797/w3-propertyvalue-377737.html>

Hernández, P. A. (2022). ¿Por qué y cómo desarrollar Marketing Digital en Colombia? revista empresarial. Obtenido de revistaempresarial.