

PLAN DE MARKETING DIGITAL APLICADO A RABBIT DESIGN
AGENCY

ADRIANA ZAMIRA AGUILAR CORTÉS

ESCUELA COLOMBIANA DE CARRERAS INDUSTRIALES
FACULTAD DE HUMANIDADES
PROGRAMA DE LENGUAS MODERNAS
BOGOTÁ D.C. 2.014

PLAN DE MARKETING DIGITAL DIRIGIDO A RABBIT DESIGN
AGENCY

ADRIANA ZAMIRA AGUILAR CORTÉS

Plan de marketing para optar por el título de Técnico Profesional en
Lenguas Modernas

Asesor

Lic. Olga Camila Hernández

ESCUELA COLOMBIANA DE CARRERAS INDUSTRIALES
FACULTAD DE HUMANIDADES
PROGRAMA DE LENGUAS MODERNAS
BOGOTÁ D.C. 2.014

Nota de aceptación.

Jurado

Tutor

Coordinador

Bogotá Julio del 2014

ÍNDICE

	Pág.
1. RESUMEN EJECUTIVO	6
2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	7
2.1. Entorno Socio Económico	7
2.2. Entorno específico	8
2.3. Análisis de la situación interna	9
3 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN	10
4. OBJETIVOS	11
5. ESTRATEGIA	11
5.1. Concurso	13
6. PLAN DE CONTROL	14
7. CRONOGRAMA	15
8. BIBLIOGRAFÍA	16
ANEXOS	
Modelo de la Entrevista	
Análisis de la entrevista	

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabal 1. Matriz DOFA	10
Tabla 2. Cuadro de estrategias	12
Tabla 3. Plan de acción	14
Tabla 4. Cronograma	15

1. RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente plan de marketing fue elaborado por Adriana Aguilar, aspirante al título de Técnico Profesional de Lenguas Modernas.

Este proyecto se aplica a Rabbit Design Agency, la empresa inició hace 6 meses con la intención de lograr independencia económica y la aplicación de los conocimientos adquiridos en la universidad, por parte de sus fundadoras. La agencia ofrece diseño de imagen corporativa a pymes, y sus servicios son: creación y desarrollo de marca, ingeniería de menú, fotografía, packing, editorial y proyectos digitales tales como diseño de páginas Web, SEO, SEM y Social Media. Sus iniciadoras son Carolina Aguilar y carolina Ávila, publicista y diseñadora gráfica respectivamente.

Aunque Rabbit es una agencia nueva, cuenta con un equipo de trabajo capacitado, un equipo joven de creativos que ama transmitir sensaciones, cuyo objetivo es crear contenido, sin perder de vista los propósitos de los clientes. Motivo por el cual, Rabbit Desing Agency busca las mejores ideas, las palabras precisas, la imagen más atractiva, el posicionamiento exacto, con la estrategia perfecta en los medios necesarios.

Se propone una nueva estrategia de marketing online, donde se pretende aumentar los contactos y así mejorar sus relaciones públicas. Esto se logrará con una mayor interacción en las redes sociales tales como Facebook, Twitter y especialmente en Linkendin, ya que lo primero será obtener contactos de personas que se muevan en el mundo del diseño y publicidad, para que estos cree un voz a voz y así logren obtener reconocimiento. También se buscará que el sitio Web que tienen sea diseñado y terminado de una manera innovadora. Se elaborará un video corporativo para tener presencia en el canal de Youtube y por último se implementarán los Adwords a través de SEM (buscador).

Adicionalmente de lanzará una campaña, la cual consistirá en propagar un sorteo de diseño de imagen corporativa y esto nos ayudara aumentar los seguidores y contactos en las redes sociales, a demás de mostrar la calidad del trabajo de la agencia.

Con lo previamente expuesto se verá un aumento de clientes y contactos, ya que se ha demostrado que una estrategia de marketing bien planteada, puede producir un crecimiento significativo en cualquier empresa. Se pretende incrementar el número de clientes de 2 a 10 en los primeros 6 meses de aplicación de las estrategias.

2. ANÁLISIS DE SITUACIÓN ACTUAL

2.1. Entorno Socio Económico

En el siguiente apartado se pretende ubicar al lector en la situación económica del país y del sector de la comunicación gráfica. Se muestran algunas dificultades de este gremio con respecto a la competencia que tiene, y se expone la condición actual de las agencias de diseño y marketing a nivel nacional e internacional.

Según cifras del Dane, Colombia se encuentra en un buen momento, ya que “la economía colombiana creció 6,4% en el primer trimestre de 2014 siendo las actividades económicas más dinámicas, la construcción y los servicios sociales, comunales y personales”¹.

En cuanto al sector de la comunicación gráfica e impresión y de acuerdo al informe de sostenibilidad realizado por PTP, Andigraf y Cooimpresores Bogotá², éste ha venido en descenso, durante el 2012 presentó una disminución del 5,3%, a pesar de la ubicación privilegiada que posee Colombia en el sector editorial. Se tiene previsto invertir más en herramientas digitales, para poder competir e incrementar las ganancias. Y así enfrentar los bajos precios de otros países, la informalidad, la piratería y los altos costos en aranceles y de producción.

Gracias a la digitalización, actualmente en las carreras de diseño gráfico no solo se ve la elaboración de imagen corporativa, sino que se aplica todo lo referente al marketing digital y esto ha permitido que tenga más campos de acción. El problema ahora es, que en profesiones como publicidad, mercadeo y comunicación social enseñan este tema, incluyendo conceptos básicos de diseño, provocando no solamente que se compitan con colegas, sino también con integrantes de otros gremios laborales. Lo anterior se puede contemplar en las cifras entregadas por el Observatorio Laboral para la educación³: entre

¹ COLOMBIA, DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA DANE. DANE entregó resultados del PIB para el primer trimestre de 2014. (en línea) www.dane.gov.co/files/noticias/Comunicado_PIB_ltri2014.pdf (citado el 23 de junio de 2014)

² PROGRAMA DE TRANSFORMACION PRODUCTIVA, ASOCIACION COLOMBIANA DE LA INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN GRAFICA, COOPERATIVA DE IMPRESORES Y PAPELEROS DE BOGOTÁ. Informe de sostenibilidad 2012, Industria editorial y la comunicación gráfica. (en línea) http://www.ptp.com.co/documentos/PTP_informe_sector_Editorial%20y%20de%20la%20Comunicaci%C3%B3n%20Gr%C3%A1fica%20%20FINAL.pdf (citado el 22 de junio de 2014)

³ OBSERVATORIO LABORAL PARA LA EDIUCACIÓN. Perfil académico 2011/graduados por núcleo básico de conocimiento. (en línea) <http://bi.mineducacion.gov.co:8080/o3web/viewdesktop.jsp?cmnd=open&source=Perfil+Academico+2011%2FGraduados+por+N%FAcleo+B%E1sico+de+Conocimiento> (citado el 23 de junio de 2014)

el 2001 y el 2012 hubo 36.604 graduados de diseño gráfico, publicidad y afines 21.484 y comunicación social, periodismo y afines 37.152. Como se puede observar la cantidad de competidores es muy alta.

Infortunadamente el diseñador también debe enfrentarse a los bajos precios que ofrecen las litografías e imprentas, como lo explica Jorge Benavides⁴, mientras un diseñador cobra en promedio por un logo \$200.000, en el centro Nacional de las Artes Gráficas (Ricaurte) se pide \$8.000 por ello, esto ha causado que los clientes no estén dispuestos a pagar el verdadero precio se este trabajo.

Sin embargo hoy en día las agencias de diseño y publicidad colombianas son reconocidas internacionalmente por su eficacia. Tal es el caso de Sancho BBDO Y Lowe-SSP⁵ quienes fueron premiadas durante el pasado festival de Canes, gracias a su compromiso y creatividad en las campañas publicitarias que han realizado. El señor Álvaro Arango Correa (presidente de Sancho BBDO) sostiene que “Sancho cerrara el año con el resultado financiero más importante de la historia de la compañía, ya que movieron más de \$537.000 millones de inversión acumulada en medios según Ibope y fue catalogada por el ranking Effie, como la agencia más efectiva del mundo”⁶.

Se puede concluir que a pesar de la gran competencia que existe en este mercado, si se hace una buena estrategia y se trabaja con calidad, cualquier empresa o persona dedicada al diseño gráfico y la publicidad, puede obtener el éxito, puesto que así como hay oferta, hay demanda.

2.2. Entorno Específico

Rabbit es una agencia de diseño, apasionada por comunicar ideas novedosas, construyen junto a sus clientes la imagen de su marca. Crean en su talento y trabajan para que cada día sea mejor; apuestan por el trabajo divertido y responsable. Son un medio alternativo con un amplio portafolio de servicios,

⁴ BENAVIDES, Jorge El Ricaurte y otros problemas de los diseñadores gráficos. (en línea) <http://www.cartelurbano.com/content/el-ricaurte-y-otros-problemas-de-los-disenadores-graficos#.U6iDU3lwCxo> (citado el 23 de junio de 2014)

⁵ PUBLICIDAD Y MERCADEO P&M. Agencias colombianas arrasan en el ranking de efectividad mundial. (en línea) <http://www.revistapym.com.co/destacados/agencias-colombianas-arrasan-ranking-efectividad-mundial> (23 de junio de 2014).

⁶ ASOCIACION NACIONAL DE ANUNCIANTES. Desde sancho BBDO Álvaro Arango Correa la publicidad en el punto más alto. (en línea) http://andacol.com/php/index.php?option=com_content&view=article&id=493:desde-sancho-bbdo-alvaroarango-correa-la-publicidad-en-el-punto-mas-alto&catid=53:revista-anda-47&Itemid=300117 (citado el 26 de junio de 2014)

creando conceptos de gran impacto a partir de la experiencia y la investigación, creación y desarrollo de marca, ingeniería de menú, fotografía, packing, editorial y proyectos digitales tales como diseño de páginas Web, SEO, SEM y Social Media

Con sus clientes manejan promociones personalizadas, según el tipo de trabajo que estén desarrollando. Además vía e-mail envían diferentes promociones para el desarrollo de marca.

Como competencia directa Rabbit Design Agency tienen a los diseñadores y publicistas con empresas propias y a los que trabajan de manera freelance, ya que estos ofrecen los mismos productos y con un rango similar en los precios, en el mismo nicho de mercado.

Como competencia indirecta tienen a las multinacionales como Sancho BBDO y Lowe-SSP3, dedicadas a realizar campañas de lanzamiento, posicionamiento y reconocimiento de grandes marcas. También podemos encontrar a las litografías e imprentas que ofrecen creación de logo y publicidad impresa a bajos costos y en gran cantidad.

La agencia considera como grupo objetivo a las pymes y empresas nuevas, que no posean ninguna herramienta online o que no han logrado los resultados esperados con ellas; sus clientes son todos aquellos que busca incorporarse en la nueva era digital, que busquen productos de calidad y que pretendan obtener reconocimiento, posicionamiento o un alza en sus ventas.

Sus proveedores son las imprentas, empresas de screen que se dediquen al POP, Alojamiento de dominio y hosting.

2.3. Análisis de la Situación Interna

De acuerdo a la investigación realizada se pudo concluir que una de las principales barreras en el mercado de diseño gráfico y la publicidad, es la poca información por parte de los clientes con respecto a la calidad y efectividad que le puede ofrecer una agencia en sus servicios. Usualmente, y gracias a las a los precios que encuentran en el sector del Ricaurte, se piensa que una pieza publicitaria elaborada por un verdadero diseñador, es costosa y cumple la misma función que una hecha por alguien que trabaja en una imprenta con conocimientos básicos en el uso de programas de diseño. El otro inconveniente es la gran cantidad de egresados de carreras como comunicación social, mercadeo, publicidad y diseño gráfico en el país. Lo que marcará la diferencia entre unos y otros será la eficacia en las propuestas y la manera en que logren captar la atención de sus consumidores.

A pesar de previamente expuesto se considera que el mercado del diseño gráfico y marketing ha ido ocupando un espacio importante en el presente. Este mercado ha ido en crecimiento gracias a la digitalización.

A continuación se expondrá la matriz DOFA que pretende mostrar las fortalezas debilidades, oportunidades y amenazas que en consecuencia con lo mencionado anteriormente y a lo largo del trabajo, se pudieron detectar en Rabbit Design Agency.

Tabla No. 1 MATRIZ DOFA

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buen ambiente laboral • Servicio personalizado • Equipo humano capacitado • Trabajo de calidad 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiencia en mercado • No posee contactos • La calidad de sus servicios es desconocida • Falta de recursos económicas
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alianzas estratégicas (proveedores) • Página Web • Redes sociales • Capacitaciones constantes a través de la Internet 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incremento de agencias en el país • Bajos precios de los competidores • Tecnología (aplicaciones para diseño) • Diseñadores y publicistas de planta en las empresas

3. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

A pesar del buen momento que vive el marketing digital, Rabbit Design Agency no ha logrado ocupar un espacio significativo en este mundo online, le ha sido difícil llegar a sus mercado objetivo porque ellos desconocen sus servicios y la calidad de estos. A adicionalmente no han obtenido los resultados requeridos en las redes sociales y en su sitio Web.

Con este proyecto se pretende brindar una estrategia que se realizará a través de las redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn y SEM) con la cual se busca captar la atención de sus posibles consumidores. Con la cuenta en

Linkendin y Twitter se desea lograr contactos con personas y empresas que hagan parte del mercado y así lograr un reconocimiento de su marca.

Por lo tanto se considera que la investigación a realizar con la empresa Rabbit Design Agency debe ser cualitativa⁷, ya que se pretende reconocer de una manera más social la situación real de la empresa. Se hará un acercamiento a los propietarios de la empresa donde se intentará saber qué objetivo tienen y como lo pretende lograr. El tipo de investigación será estudio de caso⁸, porque se tiene como finalidad analizar la situación actual de la agencia con respecto al mercado del diseño gráfico y mercadeo, y la forma en que han utilizado las herramientas de marketing online para la captación de clientes. Se mostrará las falencias que tienen en cuanto a su metodología de aplicación de estrategias y las debilidades que poseen frente a la competencia.

4. OBJETIVO GENERAL

- Obtener posicionamiento de la agencia a través de redes sociales, SEM y página Web.

Objetivos específicos

- Aumentar la participación de Rabbit Design Agency en las redes sociales.
- Dar a conocer los servicios que se ofrecen a través de las redes sociales.
- Incrementar los contactos de la empresa a través de Linkedin, con personas o empresas que puedan llevarlos a sus clientes.

5. ESTRATEGIA

La estrategia a implementar en Rabbit Design Agency está dirigida a obtener un mejor posicionamiento y el aumento de participación en las redes sociales,

⁷ UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA, INSTITUTO DE INVESTIGACIONES AMBIENTALES. Introducción a la investigación cualitativa. (en línea) <http://www.utp.edu.co/institutoambiental/cursos/metodologia-de-la-investigacion-cualitativa.html> (citado el 25 de junio de 2014)

⁸ MUÑIZ, Manuel. Estudios de caso en la investigación cualitativa. (en línea) http://www.psico.edu.uy/sites/default/files/cursos/1_estudios-de-caso-en-la-investigacion-cualitativa.pdf (citado el 25 de junio de 2014)

SEM y en su sitio Web. Para ello se tendrán en cuenta las siguientes plataformas:

- Fan Page (Facebook)
- Twitter
- YouTube
- LinkedIn

Se deberán hacer publicaciones que estén dirigidas al nicho de mercado que se tiene estimado como objetivo y se deben mantener actualizadas las cuentas. Se harán un video corporativo en cual se darán a conocer sus servicios y se creara un perfil en Facebook, twitter y linkedin que contenga palabras claves que lleven hacia Rabbit Agency.

Tabla No. 2 CUADRO DE ESTRATEGIAS

ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	TIEMPOS
PAGINA WEB	Terminar la página Web, poner medidores y publicar el concurso, exponer temas de interés	Carolina Ávila y Carolina Aguilar	Inmediato, las actualizaciones, semanalmente
REDES SOCIALES	FAN PAGE: se creará comunidad y se lograra acercamiento con los clientes, a través de esta se podrán tener estadísticas de la visitas. Contactar a asociaciones como colombianos creativos, redactores publicitarios y los nuevos publicistas somos más, y a través ellos hacer publicaciones sobre la empresa y de los servicios que se ofrecen. Adicionalmente podemos segmentar las empresas y las personas que pueden ser nuestros clientes. Se publicara el concurso de imagen corporativa gratis	Carolina Ávila y Carolina Aguilar	Actualizaciones semanales
	TWITTER: se debe publicar en el perfil contenidos que atraigan a los posibles clientes y contactos. Se deberá contratar un influenciador, que cree tuits sobre la agencia, sus productos y contenidos publicados por la empresa.		

	LINKEDIN: Se debe crear un perfil corporativo que les permita conectarse con empresas y profesionales del mercado, así como con posible clientes.		
BUSCADORES	SEN Search Engine Marketing: se pagará por estar entre las primeras opciones de los posibles clientes, y así lograr un posicionamiento de marca. Se elegirán palabras claves que lleven a los usuarios a la agencia.	Carolina Ávila y Carolina Aguilar	revisiones semanales
MARKETING VIRAL	YOUTUBE: Se debe crear un video corporativo que se vuelva viral para que la empresa obtenga reconocimiento de marca, esto se lograra poniendo un título llamativo al video	Carolina Ávila y Carolina Aguilar	revisiones semanales

5.1.2. Concurso

Ya que se busca dar a conocer la agencia y sus servicios, se ofrecerá un concurso en el que se dará como premio un diseño de imagen corporativa. Se publicará en todas las redes sociales en las que tiene cuenta Rabbit Agency y en la página Web.

Modalidad

- ✓ Para poder participar deberán inscribirse o hacerse seguidores de la agencia.
- ✓ Deben ser empresas nuevas o pymes, personas naturales que ofrezcan algún producto o servicio.
- ✓ se harán preguntas de la actualidad del país y se premiara al que responda con mayor rapidez.
- ✓ Se realizaran tres rondas y en la final se sacara el ganador.

LINKEDIN	Linkedin groups	pueden estar interesadas en los servicios que ofrece la empresa. Se puede aumentar los contactos
YOUTUBE	Twentyfeet	<p>Consolida y mide las estadísticas de las redes sociales Facebook, twitter y Google analytics.</p> <p>En youtube nos indica los gráficos de desempeño , los videos, suscriptores, las valoraciones, los espectadores clasificados por edad sexo y ubicación</p>
SEN (buscador de Google)	Google Adwords	Es un programa que utiliza Google para hacer publicidad patrocinada. Son anuncios que se muestran en la parte superior y el lateral derecho en los resultados de la búsqueda de los usuarios.

7. Tabla No. 4 CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
TERMINAR PAGINA WEB						
PUBLICAR CONCURSO						
RESULTADOS DE CONCURSO						
VIDEO CORPORATIVO						
POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES						
MEDICION DE REDES SOCIALES						

8. BIBLIOGRAFÍA

ASOCIACIÓN NACIONAL DE ANUNCIANTES. “Desde sancho BBDO Álvaro Arango Correa la publicidad en el punto más alto”. Internet. http://andacol.com/php/index.php?option=com_content&view=article&id=493:desde-sancho-bbdo-alvaroarango-correa-la-publicidad-en-el-punto-mas-alto&catid=53:revista-anda-47&Itemid=300117. (Citado el 26 de junio de 2014)

BENAVIDES, Jorge. “El Ricaurte y otros problemas de los diseñadores gráficos”. Internet. <http://www.cartelurbarano.com/content/el-ricaurte-y-otros-problemas-de-los-disenadores-graficos#.U6iDU3lwCxo>(citado el 23 de junio de 2014).

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA DANE. DANE entregó resultados del PIB para el primer trimestre de 2014. Internet www.dane.gov.co/files/noticias/Comunicado_PIB_Itri2014.pdf (Citado el 23 de junio de 2014)

MUÑIZ, Manuel. “Estudios de caso en la investigación cualitativa “. Internet. http://www.psico.edu.uy/sites/default/files/cursos/1_estudios-de-caso-en-la-investigacion-cualitativa.pdf. (Citado el 25 de junio de 2014)

OBSERVATORIO LABORAL PARA LA EDUCACIÓN. “Perfil académico 2011/graduados por núcleo básico de conocimiento”. Internet. <http://bi.mineducacion.gov.co:8080/o3web/viewdesktop.jsp?cmd=open&source=Perfil+Academico+2011%2FGraduados+por+N%FAcleo+B%E1sico+de+Conocimiento>. (Citado el 23 de junio de 2014)

PUBLICIDAD Y MERCADEO P&M. “Agencias colombianas arrasan en el ranking de efectividad mundial “. Internet. <http://www.revistapym.com.co/destacados/agencias-colombianas-arrasan-ranking-efectividad-mundial>. (Citado el 23 de junio de 2014).

PROGRAMA DE TRANSFORMACION PRODUCTIVA, ASOCIACION COLOMBIANA DE LA INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN GRAFICA, COOPERATIVA DE IMPRESORES Y PAPELEROS DE BOGOTÁ. Informe de sostenibilidad 2012, Industria editorial y la comunicación gráfica. Internet http://www.ptp.com.co/documentos/PTP_informe_sector_Editorial%20y%20de%20la%20Comunicaci%C3%B3n%20Gr%C3%A1fica%20%20FINAL.pdf (citado el 22 de junio de 2014)

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA, INSTITUTO DE INVESTIGACIONES AMBIENTALES. “Introducción a la investigación cualitativa”. Internet. <http://www.utp.edu.co/institutoambiental/cursos/metodologia-de-la-investigacion-cualitativa.html>. (Citado el 25 de junio de 2014)

VILLAN, Abraham “Plan de Marketing Digital: la estrategia de plataformas sociales”. Internet. <http://abrahamvillar.es/tag/estrategias-marketing-digital/>(citado el 25 de junio de 2014).

COTO, Manuel Alonso. El plan de marketing digital: Blended marketing como integración de acciones on y off line. Prentice-Hall, 2008. 312

ANEXOS

Plan de Marketing aplicado a Rabbit Agency

2014



La siguiente encuesta pretende recolectar información que sea relevante para el proyecto de seminario de Marketing Digital.

Los datos aquí suministrados solo serán utilizados con fines educativos

1. ¿Cuál es el objetivo de su empresa?
2. ¿Cuál es la trayectoria de la empresa en el mercado de diseño gráfico y publicidad?
3. ¿Qué estrategias utiliza para la captación de clientes?
4. ¿Cómo cree que ayudaría a su empresa la utilización de las redes sociales como Facebook, twitter, linkedin?

Análisis de la entrevista

Pregunta 1. ¿Cuál es el objetivo de su empresa?

Satisfacer la necesidad de clientes y ayudarlos a ingresar en el mundo digital. Ellas tienen claro su objetivo y consideran que están capacitadas para lograrlo.

Pregunta 2. ¿Cuál es la trayectoria de la empresa en el mercado de diseño gráfico y publicidad?

Son una empresa que lleva 5 meses de creación, pero antes de unirse ya trabajaban en este campo como freelance. Como agencia no han tenido muchos clientes, han realizado pequeños trabajos. Les falta experiencia.

Pregunta 3. ¿Qué estrategias utiliza para la captación de clientes?

Telemarketing, visitas a clientes, intentan posicionarse en los buscadores. Ella admite que lo necesario para su empresa es aumentar los contactos, mejorar sus relaciones públicas.

Pregunta 4. ¿Cómo cree que ayudaría a su empresa la utilización de las redes sociales como Facebook, twitter, linkedin?

Le serviría para lograr visibilidad y posicionamiento. Son conscientes de la necesidad de estas herramientas para darse a conocer

