MODULO DE MERCADEO

Marketing Digital.

Identificación.

- **Resultados a Alcanzar**: Análisis de Marketing (análisis de las necesidades para satisfacer según mi idea de proyecto) y creación de marketing digital (creación de redes sociales tipo negocio).
  Para lograr su objetivo en el proyecto productivo en el modulo de marketing digital debe : leer muy bien este modulo escrito, identificar las evidencias a realizar para el proceso; Escuchar, ver y leer el material de apoyo escrito y en video, dispuesto para orientar los procesos que debe seguir para cumplir la meta esperada.

- **Duración Modulo**: 120 horas.
- **Público objetivo**: Aprendices de grado once en proceso de certificación, como opción de etapa productiva.
- **Descripción de los componentes solicitados al aprendiz:**

  Documento con el planteamiento del análisis de marketing como estrategia para la idea de proyecto productivo. (Público Objetivo-Análisis de la competencia)
  Creación Redes sociales perfil negocio.

  Plantilla- Medición redes sociales.
  Calendario contenido para redes sociales- Creación de calendario para los contenidos en las redes sociales.
  Contenido en web -Wix. (links y contenidos generados en las redes sociales)

  Componentes para sustentación:
  Presentación PowerPoint formato SENA, sustentando la creación de las redes sociales, links-calendario creado para contenidos -imagen de fanpage conclusiones teniendo en cuenta el resultado medición redes sociales.

TODO PASA POR ALGO Y TAMBIEN DEJA DE PASAR PORQUE NO HICISTE LO SUFICIENTE PARA QUE PASE

Jurgen Klaric

Presentación.

Aprender creando desde el análisis del Marketing, teniendo en cuenta que la información de la industria o sector a analizar la proporcionan las herramientas existentes.

Conocer las posibilidades que el mercadeo y la tecnología le ofrecen y las aplique en sus ideas de negocio, teniendo en cuenta que la alianza entre estas dos, conocida como "marketing digital" es lo que actualmente se convierte en una herramienta indispensable en cualquier mercado sin importar el sector económico del cual se haga parte, siendo la finalidad de este instrumento de formación para el aprendiz.

¿ Aprendiz, le gusta la tecnología y las redes sociales ?

⇒ En el desarrollo de esta guía las vas a necesitar!!!

¿ Aprendiz, es importante dar a conocer sus ideas productivas ?

⇒ En el desarrollo de esta guía recibirá las herramientas para hacerlo!!!

"El objetivo del marketing es lograr que los consumidores te conozcan, te amen y confíen en ti", (Autor Desconocido).

Actividad de reflexión.

Este es un momento en el cual el aprendiz debe empezar a entender y analizar su idea de negocio y su relación con aspectos claves para el desarrollo de procesos de mercadeo, para lo cual se han planteado diferentes cuestionamientos los cuales debe responder enfocados en su idea de negocio.

• **Tecnología**: ¿Cree usted que a su producto se le pueda hacer publicidad en una red social?

• **Calidad:** ¿qué hace diferente su idea de negocio frente a propuestas similares? ¿Considera que un producto de calidad lo diferencia de los demás?

• **Funcionalidad**: ¿Para qué le va a servir su producto o servicio a sus clientes? les será útil? ¿Es practico de usar? fácil de adquirir.

Presentación: ¿cuál va a ser la forma de mostrar el producto? ¿Las redes sociales son una forma adecuada para dar a conocer su producto o servicio?

SI NO ERES UNA MARCA
SERAS UNA MERCANCIA

Philip Kotler

Contextualización.

El aprendiz debe: Analizar el mercadeo actual (forma de hacer publicidad en las redes sociales, necesidades de los clientes y comportamientos de las redes sociales del producto o servicio que va a vender en su proyecto productivo.

El mercadeo inicialmente se pensaba o se entendía simplemente como lo relacionado directamente a un proceso de promoción, publicidad o venta y pues no es sorprendente que fuera de esta manera ya que constantemente en todos los medios que estamos acostumbrados a consumir (televisión, radio, internet e impresos, entre otros) estamos siendo bombardeados con elementos que hacen parte de estructuradas campañas.

Pero la promoción, la publicidad y ventas son solamente una parte de lo que en realidad es el proceso de mercadeo, hoy en día no nos debemos quedar con el viejo sentido (comunicar y vender); sino bajo un razonamiento de satisfacer las necesidades del cliente.

Teniendo en cuenta lo anterior y adicionando los procesos tecnológicos se puede afirmar que las empresas que utilicen la tecnología como un aliado a sus procesos de comercialización tienen una ventaja competitiva frente a otras en el mercado.

El mercadeo se analiza como un proceso que nos lleva hacia la razón de cualquier idea de negocio y es que sea productiva, lo cual se evidenciara mediante las ventas

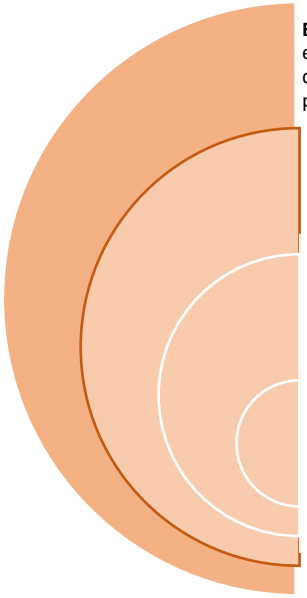
⇒ Vender: es persuadir, convencer al posible cliente para que piense y actúe como el vendedor quiere que este actúe y, siempre, en beneficio de ambas partes.

En el siguiente grafico se muestra en 3 simples pasos como el mercadeo debe actuar en las ideas de negocio, partiendo de un estudio diagnostico general básico que nos lleve a

generar una planeación estratégica para así realizar acciones tácticas que nos lleven a dar a conocer y comercializar nuestras ideas de negocio que para nuestro caso están relacionadas a la tecnología.

Ilustración 1 FASES DEL PROCESO.

I. **Diagnóstico**
II. **Estrategia**
III. **Tácticas**



El diagnóstico: Fase de vital importancia para la negociación, se observa, se analiza pues a partir de ella se obtiene una información relevante que apoya la estrategia y tácticas a emplear.eje: Analisis de los productos y servicios, que conlleva a determinar la motivacion para adquirirlo, sus problematicas asociadas y variables relacionadas al desarrollo de mismo.

La Estrategia: Es la planificacion de acciones para lograr objetivos Eje:La promoción del producto o servicio para ser distribuido y o comercializado

La Táctica: Situaciones especificas a una accion relacionada a las estrategias . Eje: la estrategia se basó en hacer videos de nuevos productos y/o servicios, resultados de estadisticas de las redes sociales

Fuente: Equipo de desarrollo Curricular.

APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO.

Es en este momento es cuando se empieza a relacionar el mercadeo en un entorno real y actual y encuentra en el marketing digital su principal aliado, utilizando de forma combinada estrategias de promoción, precio, producto y plaza, siendo este último el que le apunta a la distribución, permitiendo de esta manera ingresar a mercados específicos y segmentados gracias al apoyo tecnológico.

En esta etapa llevaremos las ideas de negocio de los aprendices a un siguiente paso donde las podrán dar a conocer mediante ejercicios de marketing reales por medio del uso de redes sociales y así experimentar el proceso de mercadear productos y realizar el análisis final de la aceptación de sus servicios o productos.

1. MARKETING DIGITAL .

Introducción al marketing.

El aprendiz debe tomar el análisis de mercadeo que hizo y crear su forma de hacer su mercadeo digital .

La aplicación de internet en la comercialización de productos y servicios de diferentes líneas de negocio es una de las grandes innovaciones en la empresa moderna y es, en gran parte responsable de los cambios continuos en el marketing. Internet es un canal que puede ser importante para hacer negocios, siempre y cuando se hagan con una perspectiva estratégica y no solo por un medio tecnológico.

Se puede afirmar que desde que surge internet aparece el marketing online y que el desarrollo de ambos ámbitos ha sido en paralelo. El marketing digital avanza a pasos agigantados; puede ser por la evolución del propio canal digital o por la creciente actividad de los usuarios, pero en realidad es que cada vez son mas las empresas que deciden utilizar el potencial de este canal para conectar con su público objetivo

Uso de las redes sociales.

En resumen, lo que se busca es realizar un diagnostico acerca del uso de las redes sociales para realizar marketing digital con las ideas de negocio planteadas por los aprendices, para lo cual se conocerán las diferentes redes sociales y como funcionan, luego se determinara cuales son las más apropiadas, se generaran los contenidos para finalmente realizar una prueba piloto

CINCO (5) PASOS NECESARIOS PARA TRABAJAR EN MARKETING DIGITAL .

Revise los siguientes pasos y aplique paso a paso la elaboración de su análisis y creación digital de mercadeo**.**

- Debe escuchar, comprender y leer el material de apoyo con el fin de cumplir con los 5 pasos del análisis de mercadeo propuesto para marketing digital a continuación:

1. Diagnóstico y necesidad del mercadeo digital

Este paso inicial los puede realizar haciéndose estas preguntas y teniendo clara cada una de ellas:

⇒ ¿ A quién le desea vender ?

⇒ ¿ A qué tipo de clientes no desea venderle ?

⇒ ¿ Cuáles son los principales beneficios que usted va a ofrecer ?

⇒ ¿ Qué hace que su producto y/o servicios sea único ?

⇒ ¿ Qué les va a decir a sus clientes potenciales en sus anuncios publicitarios y en sus redes sociales para persuadirlos y enamorarlos ?.

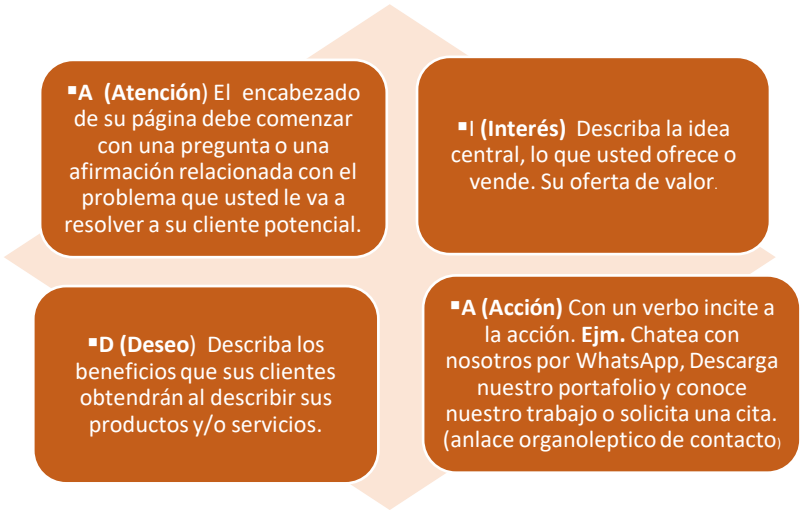
Una vez tengan claro los anteriores cuestionamientos los aprendices deben estudiar su producto o servicio, tener claro el segmento al cual va dirigido, evaluar el estado actual de su producto o servicio para sacarlo al mercado y tener en cuenta las condiciones relacionadas con el mismo.

Una vez conozca las disposiciones finales de su producto debe pasar a consultar la competencia, buscar y darse cuenta si hay productos o servicios similares al suyo en las redes sociales, y estudiar que están ofreciendo, a cómo, donde, cuando, como lo están dando a conocer y demás variables competitivas

Describa las soluciones que su producto o servicio está en capacidad de ofrecer al mercado actual, no se centre en las características de sus productos o servicios; identifique y reevalúe su portafolio de servicios; si no lo tiene claro haga la creación de este.

Tenga en cuenta el para que, porque y como se usa su producto o servicio

Ilustración 2TÉCNICA AIDA.



Fuente: Equipo de desarrollo Curricular

NOTA:

Recomendación, las preguntas propuestas, deben despejar su lluvia de ideas **y así generar la propuesta!!!**



2. Conocer las herramientas y el uso de una o dos plataformas sociales.

En este segundo paso, se le presentaran las herramientas y canales mas apropiados para realizar sus procesos de marketing digital, aquí lo invitamos a que conozca cada una de ellas, como funciona, su utilidad, su alcance y demás variables que se le presentan

Usted debe analizar el material de apoyo y determinar la utilidad para su idea de negocio, teniendo en cuenta cada una de las siguientes opciones presentadas

(Facebook- TikTok-Instagram- Whatsapp Bussines).

A medida que usted vaya conociendo las diferentes herramientas y canales, con cada uno vaya haciéndose las siguientes preguntas ¿Qué es? ¿que utilidad tiene en el mercadeo?

® **Material de apoyo** como crear cuenta en Facebook-Instagram- Whatsapp Business (video y lectura paso a paso) Recuerde son cuentas de negocio. ***Dicho material Entregado por su instructor.***

3. Elección cual es mi herramienta a utilizar para mi producto o servicio.

Una vez haya conocido las diferentes herramientas y se haya familiarizado con su forma y funcionalidad, deberá seleccionar las dos redes sociales de su preferencia y acordes con su idea negocio.

Tenga en cuenta que en este paso debe analizar con pensamiento critico y estratégico para que sirve cada red social y cual es la que se ajusta a mi idea de negocio, no elija porque es la que más le gusta a usted sino la que mas le sirve a su proyecto.

4. Trabajo de la herramienta elegida y creación de contenido.

En este momento ya se deben tener escogidas las dos redes sociales sobre las cuales se va a basar su proceso de marketing digital y se debe empezar a generar el contenido apropiado para dar a conocer su producto o servicio.

El generador contenido no es una acción aleatoria ni improvisada, el contenido generado debe ser estratégico y fundamentado, para lo cual se le dejan las siguientes claves que debe ir teniendo en cuenta:

Metodologías para persuadir a clientes potenciales (que metodología)

- ⇒ Medios en redes sociales como formato de distribución publicitaria de su contenido (historias redes, influenciadores… entre otras)
- ⇒ Como crear su calendario secuencia de contenido (cada cuanto va a subir contenido) frecuencia de publicaciones.
- ⇒ Herramientas para crear contenidos (videos, imágenes, edición de contenidos)

Los textos importan y bastante, las imágenes y los videos atraen la atención, pero los textos son los que venden, aplique esta técnica para distribuir la información en su sitio digital.

NOTA :

Tenga en cuenta

- Definir que metodología va a usar para persuadir a sus clientes potenciales.
- Establecer como va a distribuir su contenido(historias.. post.. entre otros.
- Crear su calendario, su cronograma de actividades a realizar, el instructor, quien revisará sí organizo su trabajo para crear su contenido digital (fechas para subir contenido-fechas para crear contenido; horarios en lo que va a subir su contenido) esto establece un proceso importante para la visualización del contenido. Puede revisar el material de apoyo titulado 1.4- Material de apoyo Ejemplo calendario de contenido para redes sociales . (**Es un ejemplo deben crearlo según su creatividad)**

- Definir que herramientas prefiere para crear su contenido, videos.. imágenes.. frases.. ¿Porque?

NOTA : Realizar una opción digital de las que ofrece su Red Social elegida, manejar los ingresos o registros en su cuenta … etc. (Depende la red que eligió, Eje: en las historias de Instagram hay opción de preguntas para registrar que contenido le interesa a alguien referente a humoristas- ventas de maquillaje … entre otros, así podrá determinar sí su contenido va a ser para satisfacción o no.)

5. Prueba piloto de contenido.

En este punto final llego la hora de lanzarse al ruedo y hacer la publicación de los contenidos generados, es en este momento cuando va poder saber que tena exitoso es su producto o servicio y la eficacia de la estrategia de marketing digital generada.

Para lograr su objetivo en el proyecto productivo en el modulo de marketing digital debe : Escuchar y leer el material de apoyo escrito y en video, dispuesto para orientar los procesos que debe seguir para cumplir la meta esperada.

No he fracasado. He encontrado 10000 maneras que no funcionan

MATERIAL DE APOYO

Recuerde: Revisar el Material de apoyo entregado por su instructor titulado así:

- Material de apoyo-Análisis de marketing - *Video 1. Marketing digital*.
- Material de apoyo- Análisis de marketing- *Video 2. Estrategia Redes Sociales*.
- Material de apoyo. *(video y lectura paso a paso) Como crear cuenta red social - Video 3 y 4 en Facebook-Instagram-whatsapp Business)* Material de poyo escrito: Crear cuenta titulado: *1.1 Instagram modulo marketing digital-1.2 Facebook-1.3 whatsapp Bussines.* ***Recuerde cuentas perfil de negocio.***
- Material de apoyo-creación WEB - video 5. Titulado: *Curso creación pagina web - Wix.*
- Material de poyo- Creación cronograma, titulado: Ejemplo calendario creación de contenido (archivo Excel)

® Material de poyo -Glosario mercadeo Digital.

Revisar y diligenciar :
Plantilla medición social media archivo Excel (Segunda hoja instrucciones).
Plantilla Presentación PowerPoint formato SENA.

Nota:
Los archivos material de apoyo video se encuentran en formato digital habilitado para todo tipo de dispositivos se pueden visualizar sin uso de internet- los archivos en PDF están sin restricciones- los archivos en Excel están habilitados, todo para el adecuado aprendizaje.

Evidencias de Aprendizaje	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias . **Componentes solicitados al aprendiz:** ○ Documento con el planteamiento del análisis de marketing como estrategia para la idea de proyecto productivo. (Público Objetivo-Análisis de la competencia) ○ Creación Redes sociales perfil negocio. ○ Plantilla- Medición redes sociales. ○ Creación de calendario para los contenidos en las redes sociales. ○ Contenido en la plataforma web (wix) Creada para el proyecto productivo en general, debe anexar el contenido digital para su marketing del proyecto creado en las redes sociales. (links y contenidos generados) **Componentes para sustentación:** ○ Presentación PowerPoint formato SENA, sustentando la creación de las redes sociales, links-calendario creado para contenidos -imagen	**Lista de Chequeo .**

de fanpage conclusiones de la medición de la plantilla medición redes sociales.	

GLOSARIO.

- **ROI:** Retorno de la inversión
- **CLTV** Customer Lifetime value: Ciclo de vida del cliente
- **Conversión:** Objetivo cumplido, un cliente potencial, una venta online.
- **Lead:** Cliente potencial
- **Leads Ads:** Anucios en Facebook, Instagram y LinkedIn que permiten crear formularios de contacto desde el mismo anuncio.
- **CPC y CPA:** Costo por click y costo por adquisición (Costo de adquirir un cliente)
- **CRM:** Customer relationship management, plataformas para gestionar clientes y clientes potenciales. Cultura organizacional enfocada al cliente.
- **Nivel de calidad:** Calificación dada por Google y Facebook de la experiencia que los usuarios potenciales tienen con sus anuncios, a mejor calificación mejores posiciones y menores costos.
- **Landing page:** Página de aterrizaje, dirección web a donde se lleva a un cliente potencial y-o usuario después de que da click en un anuncio.
- **Etiquetas:** Códigos que se pegan en su sitio web, los cuales permiten rastrear el comportamiento de lo que los potenciales clientes hacen en internet.
- **CTR. % de clicks:** Indica qué tan efectivos son tus anuncios, un buen indicador para tus anuncios de búsqueda en Google es superior al 4%.

Responsabilidades apoyo docente.

	COLEGIO.	
APOYO	**Docente apoyo área emprendimiento.**	El docente apoyo, asigna en su área el correspondiente apoyo dirigido al emprendimiento para el seguimiento y dirección de la idea de proyecto del aprendiz.
	Docente experto uso TIC.	El docente apoyo, asigna en su área el correspondiente apoyo dirigido al uso de herramientas TIC para la creación de contenidos

		en el marketing digital, para el seguimiento y dirección de la idea de proyecto del aprendiz.

Equipo soporte técnico.

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	JOSÉ SANTIAGO ZAMUDIO. JORGE ANDRÉS TORO BULLA. JENNIFERT MARCELA GÓMEZ S.	INSTRUCTOR INSTRUCTOR INSTRUCTOR	CNHTYA CNHTYA CNHTYA	Julio 2020.