.

# Informe consolidado de seguimiento

## 1 Gestión Estratégica Comercial

Fecha Programada: 09/08/2023 12:00:00 a. m.  Fecha de ejecución: 09/08/2023 12:00:00 a. m.

**Descripción:**

09/08/2023 Explicar el funcionamiento de un CRM para realizar estrategias comerciales y relacionamiento con los clientes

**Avance:**

09/08/2023  Durante esta sesión, se proporcionó una explicación detallada sobre el funcionamiento del HubSpot CRM y cómo puede ser utilizado para desarrollar estrategias comerciales efectivas y mejorar el relacionamiento con los clientes.

En la asesoría se trataron los siguientes temas:

Centralización de la Información del Cliente: HubSpot CRM permite almacenar y organizar la información de los clientes en un solo lugar, incluyendo datos de contacto, historial de interacciones y preferencias. Esto facilita la personalización de las comunicaciones y la comprensión de las necesidades de los clientes.

Automatización de Marketing: La plataforma ofrece herramientas para automatizar flujos de trabajo de marketing que nutren a los clientes con contenido relevante en el momento adecuado. Esto mejora la participación y ayuda a guiar a los clientes a través del proceso de compra.

Generación de Leads y Conversión: HubSpot CRM permite crear formularios en línea para capturar información de contacto de los clientes potenciales. Estos leads pueden ser gestionados y seguidos en la plataforma, lo que facilita la conversión de prospectos en clientes reales.

Análisis y Reportes: HubSpot proporciona análisis detallados sobre el rendimiento de las estrategias de marketing y ventas. Puedes medir métricas como tasas de conversión, engagement del cliente y retorno de inversión (ROI).

Cómo Funciona HubSpot CRM:

Gestión de Contactos: HubSpot CRM te permite importar y organizar tus contactos en segmentos específicos. Puedes agregar detalles como nombre, correo electrónico, teléfono y

más.

Interacciones y Historial: Registra las interacciones con los clientes, como correos electrónicos, llamadas y reuniones. El historial de interacciones se almacena en el perfil del contacto.

Automatización de Flujos de Trabajo: Crea flujos de trabajo automatizados para enviar correos electrónicos, programar tareas y realizar seguimientos. Por ejemplo, puedes configurar un flujo de bienvenida para nuevos suscriptores.

Formularios y Captura de Leads: Crea formularios en línea para capturar información de contacto de los clientes potenciales. Estos leads se almacenan en la plataforma para su seguimiento.

Rastreo de Actividades del Cliente: HubSpot rastrea las actividades del cliente en tu sitio web y enlaces de seguimiento en correos electrónicos. Esto proporciona información valiosa sobre el comportamiento del cliente.

Automatización de Marketing: Puedes establecer flujos de trabajo para enviar correos electrónicos automatizados basados en acciones específicas de los clientes, como descargas de contenido o visitas al sitio web.

Estrategias Comerciales y Relacionamiento con Clientes:

Segmentación de Audiencia: Utiliza HubSpot CRM para segmentar tu base de datos de clientes en grupos específicos según características demográficas, preferencias y comportamientos de compra. Esto te permite personalizar tus mensajes y ofertas.

Automatización de Correos Electrónicos: Crea flujos de trabajo de correo electrónico automatizados para enviar mensajes personalizados en momentos clave, como bienvenidas, seguimientos post-compra y promociones especiales.

Nutrición de Leads: Desarrolla flujos de contenido automatizados que entreguen información relevante a los clientes potenciales a lo largo del tiempo. Esto construirá relaciones sólidas y los guiará hacia la conversión.

Gestión de Reservas y Pedidos: Utiliza HubSpot CRM para administrar las reservas y pedidos en línea, mejorando la eficiencia y la experiencia del cliente.

Feedback y Medición de Satisfacción: Implementa encuestas automatizadas para medir la satisfacción del cliente después de su visita. Utiliza esta información para mejorar tus servicios y la experiencia del cliente.

Implementación y Capacitación:

Es importante considerar la implementación gradual de HubSpot CRM en tus operaciones. Capacita a tu equipo en el uso de la plataforma y establece procesos claros para garantizar una adopción efectiva.

En conclusión, HubSpot CRM es una herramienta poderosa que puede revolucionar las estrategias comerciales y de relacionamiento con los clientes de La Marisquería. La planificación y la ejecución cuidadosas son clave para aprovechar al máximo esta plataforma y lograr una transformación positiva en tu negocio.

### 2 Gestión de la Productividad Administrativa y laboral

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

**Descripción:**

**Avance:**

### 3 Gestión de la Productividad Operacional

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

**Descripción:**

**Avance:**

### 4 Gestión de calidad

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

**Descripción:**

**Avance:**

### 5 Gestión de la innovación / Desarrollo y sofisticación de producto

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

**Descripción:**

**Avance:**

### 6 Gestión Financiera y Contable

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

**Descripción:**

**Avance:**

### 7 Gestión Logística

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

**Descripción:**

**Avance:**

### 8 Gestión de la transformación digital

Fecha Programada: 15/06/2023 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 15/06/2023 12:00:00 a. m.

**Descripción:**

15/06/2023: Explicar las herramientas digitales para la transformación digital de la empresa
19/05/2023 : Realizar un plan de marketing digital acorde al mercado objetivo

**Avance:**

15/06/2023 Desarrollo de la asesoría:
El orientador inició la reunión destacando la importancia de aprovechar las herramientas digitales en la industria de la gastronomía. Se resaltó que estas herramientas pueden ayudar a LA MARISQUERIA a alcanzar a un público más amplio, mejorar la experiencia del cliente y aumentar la eficiencia operativa.
Página web:
Se explicó la importancia de tener una página web para LA MARISQUERIA. Una página web bien diseñada y optimizada puede servir como una plataforma central para mostrar el menú, promociones, horarios, ubicación y otros detalles relevantes. Además, se sugirió la inclusión de un sistema de reservas en línea para facilitar la interacción con los clientes.
Redes sociales:
Se destacó el papel de las redes sociales en la promoción de los platos de mariscos. Se recomendó crear perfiles en las plataformas más relevantes para el público objetivo de LA MARISQUERIA, como Facebook, Instagram y Twitter. Publicar contenido visualmente atractivo, compartir recetas, testimonios de clientes satisfechos y promociones especiales puede generar interés y atraer a nuevos clientes.
Plataformas de entrega a domicilio:
Se sugirió considerar la implementación de plataformas de entrega a domicilio, como aplicaciones móviles o servicios de terceros, para brindar comodidad y conveniencia a los clientes. Estas plataformas pueden ayudar a expandir el alcance de LA MARISQUERIA y facilitar la realización de pedidos en línea.
Programas de fidelización:

Se explicó la importancia de implementar programas de fidelización para recompensar a los clientes frecuentes y fomentar la repetición de negocios. Estos programas pueden ser gestionados a través de aplicaciones móviles o tarjetas de fidelidad físicas. Ofrecer descuentos exclusivos, promociones especiales y eventos exclusivos para miembros pueden fortalecer la relación con los clientes.
Reseñas en línea:
Se resaltó la influencia de las reseñas en línea y se recomendó monitorear y responder a las reseñas de los clientes en plataformas como Google My Business, TripAdvisor y Yelp. Mantener una buena reputación en línea y responder de manera proactiva a los comentarios puede generar confianza y atraer a nuevos clientes.
Compromiso
Se acordó que LA MARISQUERIA capacitará al personal sobre el uso de las herramientas digitales implementadas. Además, se establecerá un sistema de seguimiento y análisis de los resultados obtenidos, utilizando métricas como el tráfico del sitio web, el número de seguidores en redes sociales, las conversiones en línea y el feedback de los clientes.

Fecha: 19 de Mayo 2023 Tema: Elaboración de un plan de marketing digital

De acuerdo al plan de acción, la primera asesoría se orienta en la elaboración de un plan de marketing digital, por lo cual se explicó que debe contener dicho documento:

Análisis de la situación actual:

Evaluar la presencia en línea y la de tu competencia.

Identificar al público objetivo y comprende sus características y comportamientos en línea.

Analizar los recursos disponibles, incluyendo presupuesto, personal y tecnología.

Definir los objetivos:

Establecer metas claras y específicas que deseas lograr a través del marketing digital.

Los objetivos deben ser medibles, alcanzables, relevantes y con un tiempo determinado (SMART).

Algunos ejemplos de objetivos pueden ser aumentar el tráfico del sitio web, generar más leads, incrementar las ventas en línea, etc.

Estrategias de marketing digital:

Identificar las estrategias y enfoques que utilizarás para alcanzar tus objetivos.

Considerar aspectos como el SEO (optimización de motores de búsqueda), las redes sociales, el marketing de contenidos, la publicidad en línea, el email marketing, entre otros.

Asegurarse de que las estrategias elegidas sean coherentes con tu público objetivo y se alineen con tus objetivos comerciales.

Tácticas y acciones específicas:

Definir las tácticas y acciones concretas que implementarás en cada estrategia.

Por ejemplo, si tu estrategia es mejorar el SEO, puedes incluir acciones como la optimización del contenido del sitio web, la creación de backlinks o la investigación de palabras clave relevantes.

Asignar responsabilidades a los miembros del equipo encargados de llevar a cabo cada táctica.

Plan de contenido:

Desarrollar un plan de contenido para tus canales digitales, como el blog, las redes sociales y el correo electrónico.

Definir temas relevantes para tu público objetivo y crea un calendario de publicaciones.

Considerar diferentes formatos de contenido, como artículos, videos, infografías, etc.

Presupuesto:

Determinar el presupuesto asignado al marketing digital y distribúyelo de manera eficiente entre las diferentes tácticas y canales.

Considerar el costo de herramientas, publicidad pagada y posibles contrataciones externas.

Medición y seguimiento:

Establecer métricas clave para evaluar el éxito de tus acciones de marketing digital.

Utilizar herramientas de análisis web para monitorear el tráfico, las conversiones y otras métricas relevantes.

Realizar informes periódicos y ajusta tus estrategias según los resultados obtenidos.

Compromisos: Realizar el plan de marketing digital de la empresa

## 9 Gestión de la Sostenibilidad

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

**Descripción:**

**Avance:**

## 10 Indicadores de Gestión

Fecha Programada: 07/07/2023 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 07/07/2023 12:00:00 a. m.

**Descripción:**
07/07/2023 Definir los indicadores de transformación digital de la empresa

**Avance:**
07/07/2023 Durante esta sesión, se abordó la identificación de indicadores de gestión encaminados a la transformación digital de la empresa. Se asesoro en los siguientes:

1. Presencia y Visibilidad en Línea:

Evaluar la visibilidad y la presencia en línea de La Marisquería, incluyendo la cantidad de reseñas en plataformas de reseñas, menciones en redes sociales y el tráfico del sitio web. Estos indicadores reflejarán la efectividad de la estrategia digital en aumentar la visibilidad del restaurante.

2. Reservas y Pedidos en Línea:

Medir la cantidad de reservas y pedidos realizados a través de plataformas en línea, aplicaciones móviles o sitio web. Observar la proporción de ingresos generados a través de canales digitales en comparación con los canales tradicionales.

3. Interacción en Redes Sociales:

Evaluar la cantidad de seguidores, interacciones (likes, comentarios, compartidos) y alcance de publicaciones en redes sociales. Estos indicadores reflejarán el nivel de compromiso y la conexión con la audiencia en línea.

4. Valoración de la Experiencia del Cliente:

Mide la satisfacción del cliente a través de reseñas y comentarios en línea, así como a través de encuestas de satisfacción en línea o en el restaurante. Evalúa cómo la transformación digital está afectando la percepción del cliente sobre su experiencia en La Marisquería.

5. Uso de Plataformas de Entrega a Domicilio:

Evalúa la cantidad de pedidos entregados a domicilio a través de plataformas de entrega en línea. Observa cómo la transformación digital ha afectado la demanda de este servicio y su impacto en los ingresos.

6. Tasa de Conversión en Línea:

Mide la tasa de conversión de visitantes del sitio web a clientes reales. Esto refleja la efectividad de tu sitio web y estrategias digitales en convertir visitantes en clientes.

7. Tiempo de Espera y Eficiencia en el Servicio:

Evalúa la reducción del tiempo de espera y el aumento de la eficiencia en el servicio a través de tecnologías digitales, como la implementación de sistemas de reservas y pedidos en línea.

8. Retorno de la Inversión (ROI) Digital:

Evalúa el ROI de las iniciativas digitales, considerando los costos de implementación y los beneficios obtenidos, como el aumento de ingresos, la reducción de costos operativos y la mejora en la eficiencia.

9. Promoción de Ofertas y Descuentos en Línea:

Evalúa la cantidad de clientes que participan en promociones y descuentos ofrecidos en línea. Observa cómo la transformación digital está impulsando la participación y la adquisición de clientes a través de ofertas digitales.

10. Adopción de Tecnologías Internas:

Mide la adopción de tecnologías internas, como sistemas de gestión de reservas y pedidos, por parte del personal del restaurante. Evalúa cómo la transformación digital está optimizando los procesos internos y mejorando la eficiencia.

Se concluye que la identificación y seguimiento de estos indicadores de gestión permitirán a La Marisquería evaluar de manera efectiva el impacto de su transformación digital en el negocio. Se recomienda establecer metas claras para cada indicador y utilizar herramientas adecuadas para monitorear y analizar los resultados.

### 11 Gestión de la propiedad intelectual

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

**Descripción:**

**Avance:**

### 12 Índice de productividad

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

**Descripción:**

**Avance:**

### 13 Otro

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

**Descripción:**
Otro seguimiento a indicadores propuestos

**Avance:**

### 14 Concepto final

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

**Descripción:**

**Avance:**

### 15 Cierre de asesoría

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

**Descripción:**

**Avance:**