.

Informe consolidado de seguimiento

1 Gestión Estratégica Comercial

Fecha Programada: 23/06/2023 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 23/06/2023 12:00:00 a. m.

Descripción:
Plan de marketing digital

Avance:
23/06/2023 Se da inicio al plan de acción de la empresa

Se trabaja en la elaboración del plan de marketing digital

Para este caso se le explica al empresario la importancia de contar con este documento: Un plan de Marketing Digital consiste en un documento donde se recogen todos los objetivos y la planificación de estrategias y acciones de Marketing a desarrollar para alcanzar objetivos de ventas principalmente. Para ello, previamente se debe definir qué se quiere conseguir, a quién se quiere dirigir la comunicación y cómo se van a desempeñar las acciones.
1. El primer concepto a incluir en un plan de Marketing Online tiene que ser el estudio de la situación actual o análisis del entorno. Por eso estudiaremos el entorno realizando un análisis, tanto interno como externo, sobre el sector en el que operamos y en el que se enmarca el producto o servicio en cuestión, siempre dejando claro factores demográficos, económicos, tecnológicos, políticos o socioculturales, los cuales son de vital importancia.
2. Definir los canales online
3. Definir los objetivos
4. Definir estrategias y tacticas
5. Presupuesto.

Se define en esta sesión el punto 1 y 2

2 Gestión de la Productividad Administrativa y laboral

Fecha Programada: 23/07/2023 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 13/09/2023 12:00:00 a. m.

Descripción:
Herramientas de análisis que permitan visualizar de forma rápida las fortalezas y debilidades de la empresa.

Avance:
13/09/2023 Se trabaja en La Matriz de Perfil Competitivo es una herramienta de análisis que permite visualizar de forma rápida las fortalezas y debilidades de la empresa.

La Matriz de Perfil Competitivo (MPC) identifica a los principales competidores de la empresa, así como sus fortalezas y debilidades particulares, en relación con una muestra de la posición estratégica de la empresa. Los factores de una MPC incluyen cuestiones internas y externas; las calificaciones se refieren a las fuerzas y a las debilidades. La Matriz de Perfil Competitivo es una herramienta de análisis que permite visualizar de forma rápida las fortalezas y debilidades de la empresa.

La Matriz de Perfil Competitivo (MPC) identifica a los principales competidores de la empresa, así como sus fortalezas y debilidades particulares, en relación con una muestra de la posición estratégica de la empresa. Los factores de una MPC incluyen cuestiones internas y externas; las calificaciones se refieren a las fuerzas y a las debilidades."

3 Gestión de la Productividad Operacional

Fecha Programada: 23/08/2023 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 10/10/2023 12:00:00 a. m.

Descripción:
Planificación estratégica

Avance:
19/09/2023 Se trabaja en Planificación estratégica: Ayudar a la empresa a desarrollar un plan estratégico sólido que establezca metas, identifique oportunidades y defina una dirección clara para el crecimiento y el éxito a largo plazo.

10/10/2023

se trabaja en función de definir el mapa de procesos de la empresa teniendo en cuenta los siguientes aspectos.

- Nombre del proceso.
- Descripción detallada.
- Sucesión de tareas.
- Entradas y salidas.
- Resultados esperados y quién los recibe.
- Indicadores para medir el proceso.

Para el caso de la empresa se define el siguiente ciclo de actividades para una atención con el cliente:

- Atención al cliente.
- Asignación de cita.

- Servicio al cliente especializado,
- Facturación.
- Encuesta final del servicio.

Estas 5 macro actividades son esenciales para alcanzar el propósito de una compañia

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: 23/09/2023 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución:

Descripción:
herramientas digitales para optimización de procesos

Avance:
Se trabajara en herramientas digitales como CRM y como Workspace.

9 Gestión de la Sostenibilidad

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

10 Indicadores de Gestión

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

11 Gestión de la propiedad intelectual

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

12 Índice de productividad

Fecha Programada: 16/11/2023 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 16/11/2023 12:00:00 a. m.

Descripción:
Medir el índice de productividad con la empresa

Avance:
16/11/2023 se aplica el índice de productividad en la sesión de cierre dando como resultado un total de 3,3%.

13 Otro

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:
Otro seguimiento a indicadores propuestos

Avance:

14 Concepto final

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance: La empresa apropia los temas tratados en la asesoría según lo planteado inicialmente, abordando algunos temas adicionales que permiten generar canales de comunicación más eficientes para la empresa. Se fortalece el canal digital y se hace énfasis en temas organizacionales que no se manejaban con anterioridad. Se construye un plan de acción para el próximo año con objetivos medibles, que requieren inversión por parte de la empresa. Con la Planificación estratégica se define una ruta a largo plazo para el logro de los objetivos o propósitos organizacionales, a través del análisis de la situación presente y deseada a futuro, el entorno de la empresa y sus brechas existentes. Esta planificación se hace para responder a los cambios internos y externos, de manera que la empresa se mantenga competitiva en el mercado Con la estrategia de marketing digital se escala la empresa al mundo digital otorgando un conjunto de estrategias volcadas hacia la promoción de una marca en el internet. Se diferencia del marketing tradicional por incluir el uso de canales y métodos que permiten el análisis de los resultados en tiempo real.

15 Cierre de asesoría

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance: 16/11/2023 Se realiza asesoría de cierre con la empresa. Se realiza resumen de los temas trabajados durante la asesoría. Se trabajo con la empresa en la creación de un plan de marketing digital, Un plan de Marketing Digital consiste en un documento donde se recogen todos los objetivos y la planificación de estrategias y acciones de Marketing a desarrollar para alcanzar objetivos de ventas principalmente. Se trabaja en "La Matriz de Perfil Competitivo es una herramienta de análisis que permite visualizar de forma rápida las fortalezas y debilidades de la empresa. Se trabaja en el CRM Streak para Gmail que le permite a la empresa gestionar a los clientes directamente en Gmail. Este Crm además de ser gratuito sirve para ventas, contratación y apoyo administrativo. Les permite gestionar pedidos y envios, atención personalizada de los clientes, control de recompras y fidelización de clientes. Las soluciones empresariales de Google Workspace integran a la perfección todo para hacer cualquier tarea, en un mismo lugar, incluido un correo electrónico profesional. Los resultados alcanzados pretendían dar cumplimiento al plan de acción planteado con el empresario al inicio de la asesoría. Se valida el cumplimiento del mismo. Se aplica índice de productividad