Fábricas de Productividad

- Cerrar ventana
- Imprimir esta página
- Ampliar todo | Plegar todo

Plan de Trabajo HANUKA AUDIOVISUALES

Nombre de Plan de trabajo	Plan de Trabajo HANUKA AUDIOVISUALES	**Empresa**	HANUKA AUDIOVISUALES
Visita	A-0000114637	**Línea de Servicio**	Gestión Comercial
Tipo documento	CEDULA DE CIUDADANIA	**Número Documento**	10.030.688
Rango de la empresa	Micro	**Nombre del consultor**	LUISA FERNANDA GOMEZ ECHEVERRI
Fecha inicio intervención	22/10/2024	**Número de identificación Consultor**	42105290
Fecha fin intervención	20/01/2025	**Correo electrónico consultor**	direccongubernamental@redblackstudios.com
Nombre/Razón social Extensionista	SIERRA COMPANY S.A.S	**Teléfono del consultor**	3183439766
Número indicadores	5	**Valor total intervención**	$ 14.100.000
Visita parte 2		**Total horas intervención**	60
Gestor	Marcelo Gutierrez Angel	**Total horas presenciales proyectadas**	
Líder de línea	Jennifer Eliana Ramírez Molina	**Total horas virtuales proyectadas**	
Departamento	RISARALDA	**Teléfono Extensionista**	3183439766
Ubicación	Cra 17 # 10-36 Pereira	**Líder del Proyecto**	JHOAN HARVEY GOMEZ ROBY
Municipio Ubicación	PEREIRA	**Representante legal**	JHOAN HARVEY GOMEZ ROBY
		Supervisor de FP	Kris Eliana Zapata Pérez

Hallazgos y Oportunidades de Mejora

Hallazgos	1. Escasa Visibilidad en Motores de Búsqueda y Limitada Generación de Leads: La empresa no cuenta con un sitio web propio, lo que limita su visibilidad en Google y otros motores de búsqueda, perdiendo la oportunidad de ser encontrada por usuarios que realizan búsquedas directas relacionadas con los productos o servicios de la empresa. La ausencia de un sitio web y herramientas de generación de leads dificulta la captación de nuevos clientes de manera proactiva, generando menor tasa de conversión y dificultades para medir el retorno de la inversión en marketing. 2. Dependencia a una sola Plataforma digital: La empresa concentra su presencia en Instagram y Facebook, perdiendo el alcance y visibilidad en otras plataformas.
Oportunidades de mejora	1. Establecer una Presencia Digital Sólida Desarrollar un sitio web corporativo moderno y optimizado para SEO que sirva como vitrina digital de la empresa. Esta plataforma permitirá aumentar la visibilidad orgánica en motores de búsqueda y posicionamiento buscando posicionarlos como líderes en el sector. 2. Diversificar los Canales Digitales Al incluir en la estrategia digital un sitio web sólido e integrar a este las herramientas de Instagram y Facebook mediante plataformas de análisis (Google Ads y Meta Ads) se busca mediante la pauta captación de leads, esto aumentará el tráfico del sitio web y el rendimiento de las campañas de marketing. 3. Consolidación de datos en una plataforma multiagente

3. Falta de Datos Consolidados:
La ausencia de un sitio web propio impide recopilar datos detallados sobre el comportamiento de los usuarios, dificultando tomar decisiones basadas en datos y optimizar las estrategias de marketing.

4. Fortalecimiento de la Marca:
La empresa no cuenta con una identidad de marca sólida y bien definida, restringiendo su reconocimiento y diferenciación en el mercado.

5. Contenido promocional insuficiente para ser promocionado en las plataformas digitales:
La empresa no cuenta con contenido de video suficiente y relevante para alimentar sus campañas en redes sociales y otras plataformas, limitando el impacto en la audiencia y mayor engagement.

6. Ausencia de Campañas Pagas:
La empresa actualmente se pierde la oportunidad de visibilizarse y generar leads en campañas pagas en Google Ads y Meta Ads, al no destinar recursos para ello, condicionando el alcance y retorno de la inversión.

7. Falta de madurez digital: La empresa aún no ha alcanzado un nivel de desarrollo digital óptimo, ya que no cuenta con una estrategia en el área de transformación digital clara para la toma de decisiones basadas en data.

Implementar formularios de contacto claros y concisos en el sitio web y las redes sociales para captar leads. Crear páginas de destino optimizadas para cada campaña o promoción.

4. Fortalecer la Identidad de Marca
Desarrollo de una guía de estilo: Crear un manual de marca que incluya el logotipo, la paleta de colores, la tipografía y el tono de voz.
Storytelling: Desarrollar una narrativa de marca que conecte emocionalmente con la audiencia.
Branding en todos los puntos de contacto: Aplicar la identidad de marca de manera consistente en todos los materiales de marketing y comunicación.

5. Creación de contenido de valor:
Producción y difusión de 1 a 2 videos para ofrecer a la audiencia un contenido relevante, de calidad y atractivo para el público objetivo, para posicionarse como expertos en el sector.

6. Implementar Campañas Pagas
La intervención incluye un 1 mes de pauta paga, en las siguientes plataformas:
Google Ads: Crear campañas de búsqueda, display y remarketing para llegar a un público más amplio y generar leads.
Meta Ads: Utilizar Facebook Ads e Instagram Ads para segmentar la audiencia y aumentar el reconocimiento de marca.

7. Tomar Decisiones Basadas en Datos
Conocer y utilizar las herramientas de análisis para medir el rendimiento de las campañas y tomar decisiones basadas en datos.
Ofrecer una guía y capacitación que abarque los fundametos del marketing digital y adaptar las estrategias para la mejora continua.

Análisis de la Situación Actual

Situación actual

HANUKA EVENTOS

Empresa dedicada desde hace 19 años a entregar al público eventos Sociales y Empresariales; Wedding Planner International, Fashion Catwalks y Show Room, se caracteriza por la excelencia y alto nivel en su experiencia al cliente.

Hanuka Eventos en su portafolio de servicios ofrece un alto nivel profesional para hacer de sus eventos algo como ellos bien refieren "extraordinario e inolvidable", cuentan con una calificación en su servicio muy satisfactoria en relación a su competencia y se encuentran habilitados para operar a nivel internacional.

Problemática actual

Actualmente, la empresa se encuentra en una encrucijada digital. Su presencia en línea se limita a un puñado de redes sociales, lo que restringe significativamente su visibilidad y alcance. Al carecer de un sitio web propio y de herramientas de marketing digital avanzadas, la empresa está perdiendo la oportunidad de conectar con nuevos clientes y de comprender a fondo las necesidades de su audiencia. Esta situación no solo limita su crecimiento, sino que también la vuelve vulnerable a los constantes cambios en los algoritmos de las redes sociales, poniendo en riesgo su reputación y su capacidad para generar mayores ingresos, impacto en su marca y

Hanuka se constituyó desde el año 2005, es una empresa que se dedica a organizar bodas y eventos de manera integral y personalizada. Su valor agregado radica en ofrecer un servicio completo, cubriendo todos los aspectos, desde la planificación hasta la ejecución, y en diferentes locaciones, tanto a nivel nacional como internacional.

Servicios Clave:

Planificación integral: Asesoramiento personalizado a cada pareja, considerando sus gustos y presupuesto.

Selección de proveedores: Hanuka cuenta con una amplia red de proveedores especializados en bodas (fotógrafos, videógrafos, floristas, decoradores, etc.) y se encarga de seleccionar los más adecuados para cada evento.

Diseño personalizado: Creación de conceptos únicos para cada boda o evento desde la decoración hasta el menú.

Gestión logística: Coordinación de todos los aspectos logísticos de la boda o evento desde la reserva del lugar hasta el montaje y desmontaje.

Cobertura internacional: Gracias a sus titulaciones internacionales, Hanuka puede organizar bodas en diferentes países.

Diferenciadores: Enfoque en la personalización: Cada boda o evento es único y se adapta a los gustos y necesidades de cada pareja.

Experiencia y conocimiento: Hanuka cuenta con un equipo de profesionales con amplia experiencia en la organización de bodas.

Red de proveedores de calidad: Acceso a los mejores proveedores del sector.

Cobertura integral: Ofrece un servicio completo, evitando que los novios tengan que buscar diferentes proveedores.

Puede describirse como un servicio y experiencia integral, personalizada y de alta calidad.

Su lema es: “Arquitectos de sueños”

Servicios:
Organización de eventos empresariales: escenografías, BTL, alquiler de salones para convenciones, ayudas audiovisuales (video beam, sonido, luces, fotografía, video), techos, tarimas,

recordación, aún más si desean extender su alcance a nivel nacional e internacional.

La empresa manifiesta su interés, luego de esta primera intervención con Fábricas de Productividad, la importancia de conocer a los clientes a fondo para ofrecer un servicio más personalizado para un próximo ciclo de intervención e implementar un sistema de gestión de relaciones con clientes (CRM) el cual podría mejorar la experiencia del cliente y fomentar relaciones a largo plazo.

	pasarelas, estructura en trimalla, logística, transporte, catering (servicios de alimentación- cenas, buffet, almuerzos, refrigerios), banquetes (sillas, mesas, cristalería, meseros) producción y dirección de eventos, stand para ferias (panelería, mobiliario, diseño y decoración), pantallas LED, TV, hoteles para alojamiento y más... Hanuka ofrece un servicio integral que incluye la evaluación de la locación y la gestión de todos los aspectos relacionados con los baños, garantizando que haya suficientes y que se encuentren en óptimas condiciones. Esto permite a los novios relajarse y disfrutar de su boda sin tener que preocuparse por detalles logísticos, que incluso deban cubrir como incluir la dotación de baños portátiles. Eventos sociales: Carpas, techos, menaje, banquetes, baños de lujo, pisos, decoración, DJ, sonido, alimentación, meseros, entre otros. Planificación de Eventos: Si bien la planificación detallada y la logística fueron identificadas como fortalezas, especialmente en la organización de bodas, se identificó la necesidad de fortalecer el uso de herramientas y sistemas que faciliten visibilizar, gestionar, planificacar y dar seguimiento de tareas. Público objetivo: Empresarial Ubicación actual de la empresa: Cra 17 # 10-36 Pereira Número de sedes o sucursales: 1 Número de empleados totales: 4 Número de empleados área administrativa: 2 Número de empleados área operativa: 2 Número de empleados área comercial y atención al cliente: 1 La empresa enfrenta el desafío de consolidar su marca y mejorar su visibilidad digital, al carecer de una estrategia clara en redes sociales y depender principalmente de la atención telefónica tradicional.		
Objetivo de la intervención	Implementar una estrategia de marketing digital integral para Hanuka Audiovisuales con el objetivo de impulsar el reconocimiento de marca, generar leads altamente calificados y posicionarse como líderes en el sector de organización de eventos, a través del desarrollo de una identidad de marca sólida, la creación de un sitio web optimizado y el diseño y la ejecución de campañas publicitarias segmentadas.	**Línea, producto y/o servicio**	Eventos Sociales y Empresariales
Metodología a utilizar	Alianzas estratégicas	**Modalidad atención**	Mixto (presencial y virtual)

¿Cuál?	Marketing Digital y Creación de Valor de Marca - Branding

Estado de Aprobación

Estado Aprobación Parte1	Aprobado	**Estado Aprobación Parte 2**	
Creado por	SIERRA COMPANY S.A.S, 27/11/2024, 6:01 p. m.	**Última modificación por**	Usuario17123323053507920323, 12/12/2024, 2:17 p. m.

Historial de Plan de trabajo

12/12/2024, 2:17 p. m.

Usuario **Usuario17123323053507920323**
Acción **Se ha cambiado Estado Aprobación Parte1 de Pendiente a Aprobado.**

12/12/2024, 2:17 p. m.

Usuario **Usuario17123323053507920323**
Acción **Registro desbloqueado.**

11/12/2024, 3:48 p. m.

Usuario **Jennifer Eliana Ramírez Molina**
Acción **Registro bloqueado.**

11/12/2024, 3:35 p. m.

Usuario **Jennifer Eliana Ramírez Molina**
Acción **Se ha cambiado Objetivo de la intervención.**

10/12/2024, 10:18 p. m.

Usuario **fabricasrisaraldag7**
Acción **Registro bloqueado.**

10/12/2024, 3:16 p. m.

Usuario **SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción **Se ha cambiado Estado Aprobación Parte1 de Rechazado a Pendiente.**

10/12/2024, 3:16 p. m.

Usuario **SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción **Registro bloqueado.**

10/12/2024, 2:49 p. m.

Usuario **SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción **Se ha cambiado Oportunidades de mejora. Se ha cambiado Hallazgos.**

10/12/2024, 2:27 p. m.

Usuario **SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción **Se ha cambiado Oportunidades de mejora. Se ha cambiado Objetivo de la intervención. Se ha cambiado Hallazgos.**

10/12/2024, 6:24 a. m.

Usuario **SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción **Se ha cambiado Situación actual. Se ha cambiado Hallazgos.**

9/12/2024, 11:11 p. m.

Usuario **SIERRA COMPANY S.A.S**

Acción	**Se ha cambiado Situación actual. Se ha cambiado Objetivo de la intervención.**

9/12/2024, 6:45 p. m.

Usuario	**fabricasrisaraldag7**
Acción	**Se ha cambiado Estado Aprobación Parte1 de Pendiente a Rechazado.**

9/12/2024, 6:45 p. m.

Usuario	**fabricasrisaraldag7**
Acción	**Registro desbloqueado.**

9/12/2024, 1:26 a. m.

Usuario	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción	**Registro bloqueado.**

8/12/2024, 11:29 p. m.

Usuario	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción	**Se ha cambiado Problemática actual.**

8/12/2024, 10:06 p. m.

Usuario	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción	**Se ha cambiado Situación actual. Se ha cambiado Problemática actual. Se ha cambiado Oportunidades de mejora. Se ha cambiado Objetivo de la intervención. Se ha cambiado Hallazgos.**

27/11/2024, 6:01 p. m.

Usuario	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción	**Creado.**

Indicadores por plan de trabajo

IPT-33988

Diligenciado	
Indicador	**Ventas (V)**
Línea base	
Unidad de medida	**Pesos colombianos**
Cálculo de la medición	
Período de la medición	
Meta del indicador	
Variación porcentual esperada	

IPT-33989

Diligenciado	
Indicador	**Tasa de conversión de clientes (TCC).**
Línea base	
Unidad de medida	**Porcentaje**
Cálculo de la medición	
Período de la medición	
Meta del indicador	
Variación porcentual esperada	

IPT-33990

Diligenciado	
Indicador	**Ticket Promedio de Compra (TPC)**
Línea base	
Unidad de medida	**Pesos por cliente**
Cálculo de la medición	

Período de la medición	
Meta del indicador	
Variación porcentual esperada	

IPT-33991

Diligenciado	
Indicador	**Tasa de Abandono de la Compra (TAC)**
Línea base	
Unidad de medida	**Porcentaje**
Cálculo de la medición	
Período de la medición	
Meta del indicador	
Variación porcentual esperada	

IPT-33992

Diligenciado	
Indicador	**Número De Clientes Potenciales (NCP)**
Línea base	
Unidad de medida	**Unidades Leads**
Cálculo de la medición	
Período de la medición	
Meta del indicador	
Variación porcentual esperada	

Detalle de Plan de Trabajo

1. KickOff - Diagnóstico comercial y Análisis de datos

Duración estimada	**2**
Descripción de la actividad	**El proyecto abarca una evaluación exhaustiva de los procesos actuales, la identificación de áreas de mejora, la implementación de nuevas herramientas y tecnologías.**

2. Creación de Identidad Visual Dinámica

Duración estimada	**6**
Descripción de la actividad	**Desarrollo de una animación en 2D o motion graphics del logotipo de la empresa para fortalecer el reconocimiento de marca y generar un mayor impacto visual en los materiales audiovisuales.**

3. Desarrollo de Estrategia de Conversión y Generación de Leads

Duración estimada	**30**
Descripción de la actividad	**Desarrollo e implementación de un conjunto de páginas de aterrizaje (landing pages) diseñadas específicamente para captar leads cualificados y convertirlos en clientes, segmentando la oferta en tres áreas clave: matrimonios, eventos corporativos y cotizaciones personalizadas.**

4.Fortalecimiento y Consolidación de la Identidad de Marca

Duración estimada	**16**
Descripción de la actividad	**Branding para la marca Movement completo.** **Implementación de un plan integral de branding para desarrollar y consolidar la identidad de marca "Movement", asegurando una comunicación coherente y atractiva en todos los puntos de contacto con el cliente.**

5. Campaña de Adquisición de Leads Pagada

Duración estimada	**3**
Descripción de la actividad	**Pago de Pauta por 1 mes en Google Ads y Meta Ads para captación de leads.** **Implementación de una estrategia de publicidad en línea a través de Google Ads y Meta Ads para generar un flujo constante de leads cualificados y aumentar la visibilidad de la marca en los motores de búsqueda y redes sociales.**

6. Capacitación personal en gestión comercial a partir de administración de rede

Duración estimada	**2**
Descripción de la actividad	**Capacita a la persona encargada del área comercial digital para aprovechar el potencial del marketing digital y alcanzar el éxito en el entorno comercial actual.**

7. Elaboración de un Informe de Resultados Comerciales

Duración estimada	**1**
Descripción de la actividad	**Desarrollar la capacidad de los participantes para analizar datos comerciales en el campo digital, identificar tendencias y elaborar informes concisos y efectivos que permitan tomar decisiones estratégicas.**

Historial de aprobaciones

12/12/2024, 2:17 p. m.

Estado	**Aprobado**
Asignado a	**Usuario171233230535079203 23**
Aprobador real	**Usuario171233230535079203 23**
Comentarios	**Aprobado.** **Se recomienda dejar trazabilidad de sesiones como reuniones, capacitaciones y jornadas de trabajo con la empresa para que sean cargadas al final de la intervención. Adicionalmente, en las actividades se deben resaltar las acciones enfocadas a las "Alianzas Estratégicas" puesto que no son fácil de identificar.** **Recuerde que en el plan de trabajo parte 2 se debe diligenciar los indicadores con el mayor detalle posible y adjuntar entregables de los indicadores fijos. En el repositorio documental, carpeta 5, podrá encontrar un documento de listado de chequeo que le permitirá guiarse para el diligenciamiento los formatos.** **Link repositorio documental: https://bit.ly/40YBHIO**

11/12/2024, 3:48 p. m.

Estado	**Aprobado**
Asignado a	**Jennifer Eliana Ramírez Molina**
Aprobador real	**Jennifer Eliana Ramírez Molina**
Comentarios	**Plan de trabajo parte 1 aprobado.** **Se recomienda dejar trazabilidad de sesiones como reuniones, capacitaciones y jornadas de trabajo con la empresa para que sean cargadas al final de la intervención. Adicionalmente, en las actividades se deben resaltar las acciones enfocadas a las "Alianzas Estratégicas" puesto que no son fácil de identificar.** **Recuerde que en el plan de trabajo parte 2 se debe diligenciar los indicadores con el mayor detalle posible y adjuntar entregables de los indicadores fijos. En el repositorio documental, carpeta 5, podrá encontrar un documento de listado de chequeo que le permitirá guiarse para el diligenciamiento los formatos.** **Link repositorio documental: https://bit.ly/40YBHIO**

10/12/2024, 10:18 p. m.

Estado	**Aprobado**
Asignado a	**fabricasrisaraldag7**
Aprobador real	**fabricasrisaraldag7**
Comentarios	

10/12/2024, 3:16 p. m.

Estado	**Enviado**
Asignado a	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Aprobador real	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Comentarios	**Submitting request for approval.**

9/12/2024, 6:45 p. m.

Estado	**Rechazado**
Asignado a	**fabricasrisaraldag7**

Aprobador real	**fabricasrisaraldag7**
Comentarios	**Observaciones realizadas, según lista de chequeo:** **Ubicación** **Carrera 12BIS # 6- 55 ** Esta dirección debe ser la de la empresa, tal cual figure en la información de la plataforma.** **HALLAZGOS Y OPORTUNIDADES DE MEJORA (OM) *** Recomendamos plantear de nuevo lo descrito en este ITEM, se debe ser organizado con la info plasmada, enumerar Hallazgos y su correspondiente OM, Ser más concretos, se recomienda apoyarse en la LISTA DE CHEQUEO** **Conceptos claves:** **Hallazgo: se refiere a los aspectos encontrados en la visita a la empresa que afectan el desempeño en la línea de intervención definida. Para cada uno de los hallazgos debe elaborarse una descripción detallada de los efectos que el hallazgo tiene para la empresa.** **Oportunidad de mejora: específica para cada uno de los hallazgos encontrados, cuál(es) puede(n) ser la(s) alternativa(s) de solución. Es importante definir claramente la acción concreta de solución.** *****Recuerde que mínimo deben ser 3 Hallazgos y OM** **ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL** *** Especifique el año de constitución** ***** Recomendación general, mejorar redacción y ortografía – Ser más concretos*****

9/12/2024, 1:26 a. m.

Estado	**Enviado**
Asignado a	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Aprobador real	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Comentarios	**Submitting request for approval.**