

La creación de contenido como base para la fidelización del cliente

Sebastiam Gutierrez Gaviria

Institución Universitaria de Envigado

Facultad de Ciencias Empresariales

Envigado

2024

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
COORDINACIÓN DE PRÁCTICAS

ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA.

Nombre del estudiante	Sebastiam Gutierrez Gaviria
Programa académico	Mercadeo
Nombre de la Agencia o Centro de Práctica	YC Digital S.A.S
NIT.	901712117-7
Dirección	Cll 10ª · 40-45
Teléfono	3016793980
Dependencia o Área	Mercadeo
Nombre Completo del jefe del estudiante	Franklin Castaño
Cargo	CEO
Labor que desempeña el estudiante	Coordinador de mercadeo Ser responsable de desarrollar e implementar estrategias integrales para el crecimiento de la empresa. La labor abarca la creación de alianzas estratégicas, la ejecución de activaciones de marca en puntos de venta, la gestión de la parrilla digital, la creación y monitoreo de pautas en Meta, y la redacción y ejecución de email marketing y SMS masivo.
Nombre del asesor de práctica	Juan Guillermo Álvarez
Fecha de inicio de la práctica	16 DE ENERO 2024

1. ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA.

1.1 Centro de práctica.



Cascos YC es una empresa con una trayectoria de más de dos décadas en el mercado de cascos y accesorios para motocicletas. Su origen se remonta al año 2003, cuando Yuver Castaño, un entusiasta de las motocicletas desde temprana edad y con amplia experiencia en diversas disciplinas del motociclismo, fundó la empresa.

Misión:

Nuestra misión en Cascos YC es proporcionar cascos de alta calidad y seguridad que protejan la vida de nuestros clientes. Nos comprometemos a aplicar estándares nacionales e internacionales, enfocándonos en la innovación, comodidad, diseño, servicio y economía. Como empresa emprendedora, buscamos el bienestar y satisfacción de clientes, socios y empleados.

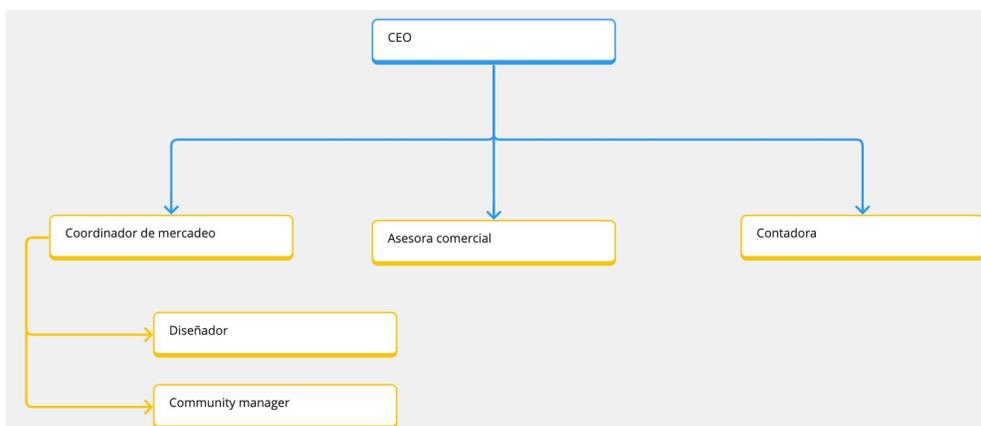
Visión: Buscamos ser la empresa líder en cascos de calidad, satisfaciendo las necesidades de seguridad y comodidad en el mercado nacional, respaldados por nuestro propio laboratorio.

Nuestra visión incluye el compromiso de nuestro talento humano, la adopción de tecnología innovadora y la obtención de márgenes de rentabilidad óptimos para la compañía, distribuidores y usuarios.

Filosofía:

En Cascos YC, nuestra filosofía gira en torno a la protección y seguridad del motociclista a través del casco. Creemos que los cascos desempeñan un papel fundamental en la prevención de las muertes por accidentes en motocicleta.

Estudio organizacional:



1.2 Objetivo de la práctica empresarial.

El objetivo de este plan de mejoramiento es desarrollar las competencias y habilidades técnicas propias aprendidas durante los años de la carrera mercadeo, bajo la supervisión y guía de profesionales experimentados en YC digital, logrando así el crecimiento en conjunto.

1.3 Funciones

1. Creación de Alianzas Estratégicas:

Identificar y contactar con potenciales aliados.

Negociar y cerrar acuerdos beneficiosos para la empresa.

Gestionar la relación con los aliados.

2. Activaciones de Marca en Puntos de Venta:

Diseñar y ejecutar estrategias de activación.

Coordinar la logística y el personal.

Medir y evaluar el impacto de las activaciones.

3. Creación y Aplicación de Parrilla Digital:

Definir los canales digitales más adecuados.

Desarrollar contenido atractivo y relevante.

Programar y publicar contenido.

Analizar y optimizar el rendimiento de la parrilla.

4. Creación y Monitoreo de Pautas en Meta:

Definir los objetivos de las campañas.

Segmentar el público objetivo.

Diseñar anuncios y banners.

Establecer el presupuesto y la puja.

Monitorizar el rendimiento de las campañas y realizar ajustes.

5. Redacción y Ejecución de Email Marketing y SMS Masivo:

Segmentar la base de datos de clientes.

Redactar emails y SMS persuasivos.

Diseñar y enviar campañas.

Analizar los resultados y optimizar las estrategias.

1.4 Justificación de la práctica empresarial.

Esta práctica laboral tiene como finalidad fortalecer mi formación profesional mediante la aplicación práctica de los conocimientos, habilidades y aptitudes adquiridas en el aula a lo largo de los últimos cinco años, en un contexto real de trabajo dentro de una empresa.

1.5 Equipo de trabajo.

Equipo	Rol
Franklin Castaño	Gerente general (jefe inmediato)
Margarita Marín	Asesora de redes
Ramón Rangel	Diseñador
Lucianna Rincón	Community manager

2. PROPUESTA PARA LA AGENCIA O CENTRO DE PRÁCTICAS

2.1 Título de la propuesta

La creación de contenido como base para la fidelización del cliente

2.2 Planteamiento del problema.

En un mercado cada vez más competitivo y globalizado, la fidelización de los clientes se ha convertido en un desafío crucial para las empresas.

Las empresas se enfrentan a una serie de problemas relacionados con la fidelización de clientes, tales como:

Alta rotación de clientes: Los clientes cambian de empresa con frecuencia, buscando mejores precios, productos o servicios.

Falta de diferenciación: Las empresas no logran diferenciarse de sus competidores, lo que dificulta la fidelización de los clientes.

Experiencia del cliente deficiente: Los clientes no están satisfechos con la experiencia que reciben de la empresa, lo que los lleva a buscar otras opciones.

Falta de comunicación con los clientes: Las empresas no se comunican de manera efectiva con sus clientes, lo que genera desinterés y abandono.

Competencia desleal: Algunas empresas recurren a prácticas desleales para atraer clientes, lo que dificulta la competencia en igualdad de condiciones.

Estos problemas tienen un impacto negativo en la rentabilidad de las empresas, ya que:

Aumenta el costo de adquisición de nuevos clientes.

Reduce las ventas y los ingresos.

Daña la imagen de la empresa.

2.3 Justificación.

La fidelización de clientes es una estrategia fundamental para el éxito de las empresas.

Las empresas que logran fidelizar a sus clientes obtienen una serie de beneficios, tales como:

Mayor rentabilidad: Los clientes fidelizados son más rentables que los nuevos clientes, ya que realizan más compras y tienen un mayor valor de por vida.

Mayor satisfacción del cliente: Los clientes fidelizados están más satisfechos con la empresa, lo que genera una mejor experiencia y un mayor compromiso.

Mejora de la imagen de la empresa: Los clientes fidelizados son los mejores embajadores de la empresa, ya que recomiendan sus productos o servicios a otras personas.

Mayor ventaja competitiva: Las empresas que logran fidelizar a sus clientes tienen una mayor ventaja competitiva en el mercado.

En definitiva, la fidelización de clientes es una inversión que las empresas deben realizar para asegurar su éxito a largo plazo.

Es importante que las empresas implementen estrategias de fidelización de clientes que sean efectivas y que se adapten a las necesidades de sus clientes.

2.4 Objetivos (Objetivo General y Objetivos Específicos).

Objetivo general

Incrementar la fidelización de clientes en un 10% durante el primer semestre de 2024, a través de estrategias de marketing digital que potencien la presencia en redes sociales

Objetivos específicos

Objetivo 1: Aumentar el número de seguidores de Cascos YC en un 6% en un periodo de seis meses, tomando como base la cantidad de seguidores obtenidos en el año 2023.

- Implementar estrategias de contenido atractivo y relevante para el público objetivo.
- Realizar concursos y sorteos para incentivar la participación de los usuarios.
- Colaborar con influenciadores del sector para aumentar el alcance de las publicaciones.

Objetivo 2: Aumentar el número de sesiones iniciadas en la página web de la empresa en cantidad promedio de 10.000 sesiones para los primeros seis meses del 2024

- Implementar estrategias de segmentación de anuncios en Meta ads para llegar al público objetivo.
- Compartir contenido de valor que aporte información útil a los usuarios.
- Interactuar con los usuarios y responder a sus comentarios y preguntas.

Lograr un número de seguidores en TikTok de 12.000 seguidores para los primeros

- Crear contenido creativo y divertido que se adapte a la plataforma.
- Participar en las tendencias y retos populares de TikTok.
- Colaborar con otros usuarios de TikTok para aumentar el alcance de los vídeos.

2.5 Diseño Metodológico.

1. Enfoque Metodológico:

Enfoque cuantitativo: Se utilizarán las métricas de cada canal de tracción para observar la importancia del contenido creado y el alcance del mismo a la hora de atraer nuevos clientes.

2. Recolección de Datos:

A partir del contenido realizado y compartido en los distintos canales de tracción, estudiar las distintas métricas que provee cada una de las plataformas, para posteriormente analizar qué tipo de contenido puede generar mucho más enchanche y aumentar seguidores

2.6 Cronograma de Actividades.

Fase 1: Definición del contenido

Semana 1:

- Definición de conceptos clave.
- Identificación de variables relevantes.
- Revisión de estudios previos.

Semana 2:

- Análisis de la literatura sobre la creación de contenido y la fidelización de clientes.
- Identificación de los diferentes tipos de contenido.
- Evaluación del impacto del contenido en la fidelización de clientes.

Fase 2: Diseño del contenido

Semana 3:

- Redacción de preguntas que aborden las variables de la investigación.
- Selección de la escala de respuesta adecuada para cada pregunta.
- Diseño del formato de la encuesta para asegurar una experiencia fluida para los participantes.

Fase 3: Recolección de datos

Semana 4:

- Difusión del contenido creado a través de diferentes canales (redes sociales, correo electrónico, página web).
- Promoción del material audiovisual para alcanzar una muestra amplia y representativa de clientes.
- Recopilación de datos y monitoreo del progreso del contenido.

Fase 4: Análisis de datos

Semana 6:

- Análisis estadístico de los datos
- Identificación de relaciones significativas entre las variables de la investigación.
- Interpretación de los resultados del análisis y formulación de conclusiones.

Fase 5: Redacción del informe final

Semana 8:

Redacción del informe final que incluya:

- Introducción con el planteamiento del problema y objetivos de la investigación.
- Revisión de la literatura sobre la creación de contenido y la fidelización de clientes.
- Metodología utilizada en la investigación, incluyendo el diseño de la encuesta y análisis de datos.
- Resultados del análisis con tablas, gráficos y explicaciones claras.
- Discusión de los resultados, interpretando su significado

3.1 Antecedentes

Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Dependencia de proveedores: La empresa enfrenta una vulnerabilidad significativa debido a su dependencia de proveedores, lo que la expone a interrupciones en la cadena de suministro por diversos factores externos.• Falta de diferenciación en el mercado: La falta de singularidad en sus productos dificulta que la empresa se destaque frente a la competencia, lo que puede llevar a una competencia basada principalmente en precios, afectando márgenes y posición en el mercado.• Limitada comunicación con el público femenino: Los esfuerzos de comunicación limitados hacia el público masculino excluyen un valioso segmento de mercado, el femenino, lo que representa una pérdida de oportunidades de negocio significativas.• Desbalance en la promoción de productos: La empresa se enfoca excesivamente en la promoción de cascos para motos, descuidando otras	<ul style="list-style-type: none">• Crecimiento de la demanda Local por Reglamentación de Seguridad: La nueva conciencia y regulaciones de seguridad para motocicletas en Colombia ofrecen oportunidades para el aumento en la demanda de cascos, impulsando el crecimiento del mercado interno.• Expansión global a través del comercio electrónico: El auge del comercio electrónico en la industria de productos de seguridad permite expandir la presencia en línea y llegar a una audiencia global, facilitando así el acceso a nuevos clientes en diferentes partes del mundo.• Innovación en Materiales y Tecnologías: La introducción de materiales y tecnologías innovadoras en la fabricación de cascos crea oportunidades para mejorar los productos y diferenciarse de la competencia, ofreciendo cascos más seguros y avanzados tecnológicamente.• Exploración de Nuevos Nichos de

<p>categorías de productos. Esta falta de equilibrio conduce a la acumulación de inventario y limita las opciones para los clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de interacción en redes sociales: La empresa se centra únicamente en mostrar sus productos en redes sociales, lo que resulta en una falta de interacción con la audiencia y reduce las oportunidades para establecer conexiones significativas con los clientes en línea. 	<p>Mercado: La empresa puede explorar nuevos nichos de mercado, como la venta de accesorios para motocicletas o productos para motociclistas profesionales, diversificando su oferta y captando diferentes segmentos de clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expansión en el Mercado Internacional de Motocicletas: El mercado internacional de motocicletas está en crecimiento y es vasto, representando una oportunidad para la empresa expandirse internacionalmente y aumentar su presencia en mercados fuera de Colombia.
<p>Fortalezas</p>	<p>Amenazas</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Amplia gama de productos: La empresa ofrece una variedad extensa de productos para motociclistas, lo que le permite abordar diversas necesidades de clientes. Los cascos se destacan por su calidad superior y cumplen con todas las normativas de seguridad, generando confianza en aquellos que los adquieren. • Cascos de alta calidad y seguridad: Nuestros cascos se destacan por su excepcional calidad y cumplen 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios en las regulaciones de seguridad: Las modificaciones en las regulaciones de seguridad pueden afectar la fabricación y distribución de cascos, incrementando los costos de cumplimiento y creando desafíos adicionales para la empresa. • Presión competitiva y guerra de precios: La competencia intensa puede desencadenar una guerra de precios, reduciendo los márgenes de

rigurosamente con las normativas de seguridad. Esta dedicación a la seguridad no solo garantiza la protección de nuestros clientes, sino que también genera confianza y tranquilidad en ellos al elegir nuestros productos.

- Red de distribución establecida: La compañía cuenta con una red de distribución bien establecida que le permite llegar a clientes en todo el país de manera rápida y eficaz. Esta estructura logística garantiza que los productos sean entregados puntualmente, satisfaciendo las expectativas de los consumidores.
- Relaciones sólidas con proveedores: La empresa mantiene relaciones sólidas con sus proveedores, lo que le brinda acceso a productos de alta calidad y a condiciones comerciales óptimas. Esta colaboración continua asegura que los productos ofrecidos sean confiables y estén a la altura de los estándares de calidad esperados por los clientes.
- Excelente atención al cliente: La compañía se distingue por ofrecer una atención al cliente excepcional. Este enfoque proactivo contribuye

beneficio y afectando la rentabilidad de la empresa en el mercado de cascos.

- Impacto de eventos inesperados: Los eventos como crisis económicas, desastres naturales o pandemias pueden afectar inesperadamente la demanda y la cadena de suministro, generando incertidumbre y desafíos operativos para la empresa.
- Competencia feroz y necesidad de inversiones en marketing: La alta competencia en el mercado de cascos requiere inversiones significativas en marketing para destacarse. Esta competencia puede afectar los márgenes de beneficio, creando presiones adicionales sobre las finanzas de la empresa.
- Cambios en los hábitos de consumo: Los cambios en los hábitos de consumo del público pueden impactar la demanda de los productos de la empresa, creando desafíos para mantener la relevancia en el mercado y adaptarse a las preferencias cambiantes de los consumidores

<p>significativamente a la satisfacción general de los clientes, brindándoles un servicio de calidad y atención personalizada que fortalece la relación entre la empresa y su clientela.</p>	
--	--

3.2 PESTEL

Político:

- Certificación ECE 2205, DOT y NTC 4533 de seguridad y protección (Ministerio de Transporte, 2018).
- Registro en SIC y DIAN: Requisitos legales para operar como productor e importador (Superintendencia de Industria y Comercio, 2017).
- Acuerdos comerciales: Facilitan la importación de insumos y exportación de productos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019).

Económico:

- Tasa de cambio fluctuante: Afecta costos de insumos importados (Banco de la República, 2019).
- Mercado en crecimiento en el Valle de Aburrá: Mayor demanda potencial de cascos por aumento de motos (El Colombiano, 2018).

Social:

- Preferencias cambiantes: Importante invertir en diseño e innovación (Revista Motor, 2017).
- Conciencia de seguridad vial: Oportunidad en cascos de alta protección (El Tiempo, 2016).
- Alta competencia: Obliga a diferenciarse en calidad, diseño y precio (La República, 2019).

Tecnológico:

- Nuevas tecnologías: Permiten agregar funciones como ventilación, comunicación, aerodinámica (Revista Motor, 2019).
- Plataformas digitales: Facilitan la promoción y ventas por internet (Portafolio, 2018).

Ambiental:

- Vida útil y desecho de cascos: Educar a los consumidores sobre la renovación periódica (MinAmbiente, 2017).
- Fabricación sostenible: Usar materiales y procesos amigables con el medio ambiente (Semana Sostenible, 2018).
- Factores climáticos: Pueden afectar las ventas estacionalmente (Caracol Radio, 2019).

Legal:

- Cumplimiento de estándares de seguridad: Obligatorio para operar en el mercado colombiano (Ministerio de Transporte, 2020).
- Normas ANSI, CSA, EN: Estándares internacionales que se deben certificar (Icontec, 2021).

En la era digital actual, las empresas enfrentan un entorno cada vez más competitivo donde captar la atención y fidelizar a los clientes se vuelve un desafío constante. En este contexto, la creación de contenido se ha convertido en una herramienta fundamental para las estrategias de marketing y comunicación, ya que permite a las marcas conectar con su público objetivo de una manera más profunda y significativa.

En un mundo digital cada vez más competitivo, donde las empresas luchan por captar la atención y fidelizar a los clientes, la creación de contenido se ha convertido en una herramienta fundamental para las estrategias de marketing y comunicación. A través de la creación de contenido relevante y atractivo, las marcas pueden conectar con su público objetivo de una manera más profunda y significativa, construyendo relaciones duraderas y rentables.

El panorama actual del marketing de contenidos

El marketing de contenidos ha experimentado un auge significativo en los últimos años, impulsado por la creciente importancia del contenido en el comportamiento del consumidor. Los

consumidores de hoy en día están más informados y conectados que nunca, y buscan activamente contenido que les proporcione valor, entretenimiento y experiencias memorables.

Las empresas que comprenden este cambio en el comportamiento del consumidor están adoptando el marketing de contenidos como una estrategia fundamental para alcanzar sus objetivos de marketing. Según un estudio de Orson International, el 91% de los marketers B2B consideran que el marketing de contenidos es una parte importante de su estrategia de marketing.

Beneficios de la creación de contenido para la fidelización de clientes

La creación de contenido ofrece una serie de beneficios para las empresas que buscan fidelizar a sus clientes:

Aumenta el conocimiento de la marca: El contenido de alta calidad puede ayudar a las empresas a aumentar el conocimiento de su marca entre su público objetivo. Al compartir contenido informativo y atractivo, las empresas pueden posicionarse como líderes de opinión en su industria y atraer a nuevos clientes potenciales.

Genera confianza y credibilidad: La creación de contenido consistente y de alta calidad puede ayudar a las empresas a generar confianza y credibilidad con su público objetivo. Al proporcionar información útil y valiosa, las empresas pueden demostrar su experiencia y conocimiento en su área de negocio.

Fomenta la interacción y el engagement: El contenido interactivo, como concursos, encuestas y preguntas y respuestas, puede ayudar a las empresas a fomentar la interacción y el engagement con su público objetivo. Al crear oportunidades para que los clientes participen y compartan sus opiniones, las empresas pueden fortalecer sus relaciones con ellos.

Promueve la defensa de la marca: Los clientes satisfechos con el contenido que reciben de una empresa son más propensos a recomendarla a otros. La defensa de la marca es un activo invaluable para las empresas, ya que puede ayudar a aumentar el conocimiento de la marca, atraer nuevos clientes y generar ventas.

3.2 Marco teórico

El concepto de fidelización de clientes se refiere a la capacidad de una empresa para generar relaciones duraderas y rentables con sus clientes. Esta fidelización se logra a través de diversas estrategias, entre las que destaca la creación de contenido. Según Smith (2016): "la creación de contenido es una herramienta poderosa para fidelizar clientes al proporcionarles información valiosa, entretenimiento y experiencias memorables".

Por su parte, Kotler y Keller (2016): señalan que "el contenido de alta calidad puede ayudar a las empresas a construir relaciones sólidas con sus clientes, generar confianza y lealtad, y fomentar la defensa de la marca".

3.3 Perfil del consumidor

Segmento de Gama Especializada:

Nombre: Juan Pablo Gómez

Edad: 35 años

Ocupación: Ingeniero de software

Ingresos: \$8.000.000 COP mensuales

Estilo de vida: Apasionado por las motocicletas, participa en competencias y recorridos de aventura. Busca equipos de alta calidad y seguridad para sus viajes.

Necesidades:

Casco de alta gama con las últimas tecnologías de seguridad y confort.

Accesorios especializados para sus viajes de aventura, como GPS, intercomunicadores y cámaras.

Ropa de moto de alta calidad y protección.

Asesoramiento personalizado por parte de expertos en motociclismo.

Motivaciones:

Seguridad en la carretera.

Desempeño superior de su motocicleta.

Experiencias memorables en sus viajes de aventura.

Pertenecer a una comunidad de motociclistas apasionados.

Objeciones:

Precio elevado de los equipos de gama alta.

Dificultad para encontrar accesorios especializados en Colombia.

Falta de asesoría experta en la compra de equipos de moto.

Mensajes clave:

Cascos YC ofrece cascos y accesorios de la más alta calidad para motociclistas exigentes como usted.

Contamos con un equipo de expertos que lo asesorará en la compra del equipo perfecto para sus necesidades.

Disfrute de experiencias de motociclismo memorables con la seguridad y el confort que solo Cascos YC puede ofrecerle.

Segmento de Gama Entrada y Gama Media:

Nombre: María López

Edad: 28 años

Ocupación: Estudiante universitaria

Ingresos: \$3.000.000 COP mensuales

Estilo de vida: Le gusta usar la motocicleta para ir a la universidad y realizar actividades recreativas. Busca equipos de buena calidad a precios accesibles.

Necesidades:

Casco seguro y cómodo para uso diario.

Accesorios básicos para su motocicleta, como baúl y soporte para teléfono.

Ropa de moto básica para protegerse del clima.

Asesoramiento para elegir los equipos adecuados a su presupuesto.

Motivaciones:

Seguridad en la conducción de su motocicleta.

Protección contra el clima y los elementos.

Equipos de buena calidad a precios asequibles.

Asesoría personalizada para tomar la mejor decisión de compra.

Objeciones:

Falta de conocimiento sobre las diferentes marcas y modelos de cascos y accesorios.

Dificultad para encontrar equipos de buena calidad a precios bajos.

Preocupación por la seguridad de los equipos de gama baja.

Mensajes clave:

En Cascos YC encontrará cascos y accesorios de excelente calidad a precios que se ajustan a su presupuesto.

Contamos con un equipo de expertos que lo asesorará en la compra del equipo ideal para sus necesidades.

Disfrute de una conducción segura y cómoda con los equipos de Cascos YC.

3.4 Benchmark

Empresa	Ubicación	Tipo producto	Gama
Cascos YC	Área metropolitana	Cascos	Entrada/Media/ Especializada
Inducascos	Colombia	Cascos	Entrada/Media/ Especializada
Fullmoto	Bogotá / Medellín	Cascos	Media/Especiali zada
Atoa Motos	Medellín	Cascos	Entrada/Media/ Especializada
All2Bikes	Medellín	Cascos	Especializada
Cascos Medellín	Medellín	Cascos	Entrada/Media/ Especializada

GAMA	MARCAS	PRESUPUESTO	EDAD PÚBLICO	CILINDRAJE
"ENTRADA"	HRO, SPARTAN, X-ONE, APOWER, KONTROL, ZEUS, SHAFT, MT, LS2, ICH	85.000 - 500.000	18-25	100-250
"MEDIA"	AGV, ICON, HJC, MT CABERG, NEXX, NOLAN, BELL, FLY, LS2	500.001 - 2'300.000	25-30	250-650
"ESPECIALIZADA"	X-LITE, ARAI, HJC, AGV, SHOEI	2'300.001 - 7'000.000	25+	650-1250

3.5 Plan de Medios

El siguiente plan de medios se caracteriza por una implementación de estrategias y tácticas que deben ser ejecutadas simultáneamente en las RRSS propuestas, las cuales son: Facebook, Instagram y Tiktok, adicionalmente generar tráfico en la página web de Cascos YC . Así garantizamos una presencia fuerte y valiosa en cada una de las plataformas.

1. Objetivo: Aumentar el número de seguidores de Cascos YC en un 6% en un periodo de 5 meses, tomando como base la cantidad de seguidores obtenidos en el año 2023.

Estrategia: Crear contenido de valor que sea atractivo para nuestro público objetivo, con el fin de vernos favorecidos por el algoritmo de cada una de las redes sociales y de esta manera impactar a nuevos seguidores.

Tácticas:

- Implementar contenido en formato reel que muestre el lifestyle del cliente de Cascos YC
- Realizar post que resalten los descuentos rotativos de la marca.
- Realizar videos promocionales de producto, donde se demuestre el tipo de producto que comercializa la empresa

KPI's:

- Alcance orgánico: Cuántas personas ven el contenido orgánicamente.
- Tasa de reproducción: Cuántas veces se reproducen los videos

2. Objetivo: Aumentar el número de sesiones iniciadas en la página web de la empresa en cantidad promedio de 10.000 sesiones para los primeros seis meses del 2024

Estrategia: Crear nuevas publicaciones de contenido orgánico con títulos gancho en las descripciones y los guiones de los contenidos, con el fin de garantizar la interacción en los canales digitales.

Tácticas:

- Promocionar contenido en redes sociales: Compartir el contenido del sitio web en las redes sociales de Cascos YC para aumentar su alcance y visibilidad.
- Historias en las redes sociales con botones de interacción, incentivando a los espectadores a visitar página web.
- Anuncios en redes sociales: Crear anuncios segmentados en plataformas como Facebook, Instagram y TikTok para llegar a la audiencia objetivo de Cascos YC.

KPI's:

- Número de sesiones iniciadas: Se medirá el número total de sesiones iniciadas en la página web durante seis meses
- Páginas vistas por sesión: Se calculará el número promedio de páginas que los visitantes ven por sesión.

3. Objetivo: Lograr un número de seguidores en TikTok de 12.000 seguidores para los primeros seis meses del 2024

Estrategia: Ejecutar campañas publicitarias en la red social TikTok de Cascos YC, enfocadas en los pilares de contenido del canal de tracción (informativos, entretenidos)

Tácticas:

Investigar las tendencias de TikTok: Identificar las tendencias populares y los tipos de contenido que resuenan con la audiencia objetivo de Cascos YC.

Crear contenido creativo y original: Desarrollar videos que sean entretenidos, informativos y relevantes para los intereses de los seguidores.

KPI's:

Número de seguidores: Se medirá el número total de seguidores de la cuenta de TikTok de Cascos YC durante el período de tiempo definido

Tasa de interacción: Se calculará el porcentaje de videos que reciben comentarios, me gusta o veces compartidos.

4. Conclusiones

El plan de mejoramiento se basó en una estrategia integral que combinó acciones de marketing digital, creación de contenido y publicidad en línea. Se implementaron diferentes tácticas para cada objetivo, las cuales fueron monitoreadas y ajustadas periódicamente para optimizar su rendimiento.

Los resultados obtenidos fueron altamente satisfactorios, ya que se cumplieron con éxito los tres objetivos principales:

Sesiones iniciadas en la página web: Se logró un promedio de 15.610 sesiones iniciadas en promedio por mes durante los primeros cinco meses del 2024, superando el objetivo inicial en un 56%.

Seguidores en redes sociales: El número de seguidores de Cascos YC aumentó en un 11.8% durante el período de 5 meses, superando el objetivo inicial en un 4.2%.

Seguidores en TikTok: Se alcanzó un total de 19.200 seguidores en TikTok para el final del primer semestre del 2024, superando el objetivo inicial.

Impacto:

El éxito del plan de mejoramiento ha tenido un impacto positivo significativo en Cascos YC. La empresa ha logrado:

Aumentar su visibilidad en línea: La mayor cantidad de tráfico en la página web y el crecimiento en las redes sociales han hecho que Cascos YC sea más visible para su público objetivo.

Mejorar el engagement con la audiencia: La creación de contenido atractivo y la interacción constante con los seguidores han generado un mayor engagement con la marca.

Fortalecer su presencia en el mercado digital: El aumento de seguidores en TikTok ha posicionado a Cascos YC como una marca relevante en esta plataforma, lo que le permite llegar a una audiencia más joven y conectada.

5. Recomendaciones:

A pesar del éxito alcanzado, es importante continuar con los esfuerzos para mantener el crecimiento y optimizar las estrategias implementadas. Se recomienda:

Continuar creando contenido de alta calidad y relevante para la audiencia objetivo.

Analizar los datos y métricas de forma regular para identificar oportunidades de mejora.

Experimentar con nuevas tácticas y plataformas para llegar a un público más amplio.

Adaptar las estrategias a las tendencias del mercado digital y las necesidades del público objetivo.

6. Referencias

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Smith, M. (2016, September 27). The importance of customer loyalty. *Forbes*.
- **Banco de la República (2019). Tasas de cambio. Recuperado de <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/trm>**
- **Caracol Radio (2019). Venta de motos se frena por temporada de lluvias. Recuperado de https://caracol.com.co/emisora/2019/09/10/medellin/1568143355_927873.html**

- **El Colombiano (2018). Parque automotor de motos en Valle de Aburrá creció 40%. Recuperado de <https://www.elcolombiano.com/antioquia/parque-automotor-de-motos-en-valle-de-aburra-crecio-40-DC9309258>**
- **El Tiempo (2016). Los cascos que salvan vidas. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16526056>**
- **Icontec (2021). Norma Técnica Colombiana NTC-4533. Recuperado de <https://icontec.org/wp-content/uploads/2021/06/NTC4533.pdf>**
- **La República (2019). Mercado de cascos para motociclistas se hace más competitivo. <https://www.larepublica.co/empresas/mercado-de-cascos-para-motociclistas-se-hace-mas-competitivo-2840110>**
- **MinAmbiente (2017). Lineamientos gestión de residuos. Recuperado de https://www.minambiente.gov.co/images/AsuntosambientalesySectorialyUrbana/pdf/empleo_verde_y_reciclaje/Lineamientos_Gestion_Residuos_Cascos_de_Seguridad.pdf**
- **Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2019). Acuerdos comerciales. Recuperado de <http://www.tlc.gov.co/acuerdos>**

- **Ministerio de Transporte (2018). Resolución 1683 de 2018. Recuperado de <https://www.mintransporte.gov.co/publicaciones/859/resoluciones/>**
- **Ministerio de Transporte (2020). Ley 769 de 2002 - Código Nacional de Tránsito.**
- **Portafolio (2018). Ventas por internet son tendencia entre marcas de cascos. Recuperado de <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/ventas-internet-son-tendencia-marcas-cascos-515276>**
- **Revista Motor (2017). Los colores que prefieren los motociclistas. Recuperado de <https://revistamotor.com.co/actualidad/industria-automotriz/los-colores-que-prefieren-los-motociclistas-colombianos/>**
- **Revista Motor (2019). Llegan los cascos inteligentes a Colombia. <https://revistamotor.com.co/actualidad/industria-automotriz/llegan-los-cascos-inteligentes-a-colombia/>**
- **Semana Sostenible (2018). Gestión ambiental en industria de cascos. Recuperado de <https://sostenibilidad.semana.com/impacto/articulo/empresas-que-fabrican-cascos-apuestan-por-una-produccion-mas-limpia/38104>**
- **Superintendencia de Industria y Comercio (2017). Circular Única SIC. Recuperado de <https://www.sic.gov.co/circulares-unicas>**



Sebastian Gutierrez Gaviria

Firma del estudiante: cc. 1001505752

Firma del asesor: _____

Firma del jefe en el Centro de Práctica: _____

NOTA IMPORTANTE: Los informes presentados deben estar acorde con las normas APA