

Para lanzar una campaña de marketing en Facebook, es esencial realizar un análisis de mercado completo que te ayude a identificar a tu audiencia objetivo, entender sus necesidades y comportamientos, y diseñar una estrategia efectiva.

Nombre: Protegiéndote en cada paso que das.

1. Análisis de Audiencia

a. Demografía

Edad: 30 a 55 años.

Cargo: Departamento de compras.

Género: 70% son mujeres y el 30% son hombres.

Ubicación: Toluca, Lerma, Metepec y sus alrededores.

Dueños de las empresas o asociaciones.

Estimación de Género de los Dueños de Empresas o asociaciones.

De acuerdo con el INEGI, en México, Aproximadamente 80.9% de las empresas son propiedad de hombres y 19.1% son propiedad de mujeres, con una mayor representación femenina en sectores de servicios y comercio.

Demografía.

Edad: 35 a 75 años.

Cargo Dueño de la Empresa.

Género: el 80.9% son hombres y 19.1% son mujeres.

Ubicación: Toluca, Lerma, Metepec y sus alrededores.

b. Intereses y Comportamientos de un encargado de compras.

Responsabilidades y Tareas Diarias:

Gestión de Proveedores: Identificar y negociar con proveedores para obtener los mejores términos y condiciones.

Control de Inventarios: Mantener un equilibrio adecuado entre los niveles de inventario y las necesidades de producción.

Costos y Presupuestos: Manejar el presupuesto de compras y buscar continuamente formas de reducir costos sin comprometer la calidad.

Cumplimiento Normativo: Asegurarse de que todas las adquisiciones cumplan con las normativas y políticas internas y externas.

Negociación de Precios: Lograr acuerdos favorables con los proveedores mientras se mantiene la calidad.

Gestión de la Cadena de Suministro: Garantizar que los materiales y productos lleguen a tiempo para no interrumpir la producción.

Volatilidad del Mercado: Adaptarse a cambios en los precios de los materiales y fluctuaciones en la demanda.

Innovación Tecnológica: Adoptar nuevas tecnologías y herramientas para mejorar la eficiencia del proceso de compras.

c. Psicografía

Motivaciones y Prioridades:

Eficiencia: Mejorar la eficiencia operativa mediante procesos de compra más rápidos y efectivos.

Calidad: Asegurar que los productos adquiridos cumplan con los estándares de calidad necesarios.

Relaciones con Proveedores: Desarrollar y mantener relaciones sólidas y colaborativas con proveedores estratégicos.

Sostenibilidad: Implementar prácticas de compra sostenible y ética.

Tendencias Actuales:

Digitalización: Uso de sistemas de gestión de compras y herramientas de análisis de datos para optimizar el proceso de compras.

Sostenibilidad: Preferencia por proveedores y productos que cumplan con estándares de sostenibilidad y responsabilidad social.

Resiliencia: Desarrollo de estrategias para hacer la cadena de suministro más resistente a interrupciones y crisis.

Valores y Estilos de Vida: ¿Qué valores son importantes para ellos? ¿Cuál es su estilo de vida?

Trabajo Intenso: Suelen tener una rutina laboral intensa y están constantemente gestionando múltiples tareas y proyectos.

Integridad y Ética:

Transparencia: Valoran la transparencia en las negociaciones y la honestidad en las relaciones comerciales.

Responsabilidad: Enfocados en cumplir con las regulaciones y mantener prácticas comerciales justas.

Estilo de vida.

Formación Continua: Participan en programas de formación y desarrollo profesional para mantenerse actualizados en las mejores prácticas y tendencias del sector.

Bienestar: Interesados en mantener un equilibrio saludable entre la vida laboral y personal, lo que incluye tiempo para el ejercicio, la familia y los hobbies.

Intereses y Comportamientos de los Dueños de Empresas.

Intereses

Crecimiento y expansión.

- Aumentar la cuota de mercado.
- Expandir a nuevos mercados geográficos.
- Incrementar la base de clientes.

Rentabilidad y eficiencia.

- Maximizar las ganancias.
- Reducir costos operativos.
- Optimizar procesos internos para mejorar la eficiencia.

Innovación y tecnología.

- Adoptar nuevas tecnologías para mejorar productos y servicios.
- Implementar soluciones tecnológicas que aumenten la productividad.
- Fomentar una cultura de innovación dentro de la empresa.

Desarrollo del personal.

- Capacitar y desarrollar a los empleados.
- Crear un ambiente de trabajo positivo y motivador.
- Atraer y retener talento clave.

Estrategia y planificación.

- Desarrollar y revisar planes estratégicos a corto y largo plazo.
- Adaptar la estrategia empresarial según los cambios del mercado.
- Evaluar y mitigar riesgos potenciales.

Comportamientos

Toma de decisiones.

- Analizan datos y tendencias del mercado antes de tomar decisiones.
- Consultan con su equipo directivo y asesores externos.
- Toman decisiones basadas en el equilibrio entre riesgos y beneficios.

Uso de tecnología.

- Adoptan herramientas y software para mejorar la gestión empresarial.
- Se mantienen actualizados con las últimas tendencias tecnológicas.
- Invierten en tecnologías que proporcionen un retorno sobre la inversión claro.

Redes y relaciones.

- Participan en eventos de networking y asociaciones empresariales.
- Colaboran con otras empresas y organizaciones para encontrar oportunidades de negocio.
- Mantienen buenas relaciones con inversores, proveedores y socios estratégicos.

Gestión de personal.

- Motivan y apoyan a su equipo, proporcionando las herramientas necesarias para el éxito.
- Crean un ambiente de trabajo inclusivo y diverso.
- Establecen políticas y beneficios que atraen y retienen talentos.

Adaptabilidad y resiliencia.

- Se adaptan rápidamente a los cambios del mercado y las condiciones económicas.
- Desarrollan planes de contingencia para enfrentar crisis y desafíos imprevistos.
- Mantienen la calma y toman decisiones estratégicas bajo presión.

2. Análisis de la Competencia

Identificación de Competidores en Lerma y Toluca

En el mercado de uniformes empresariales de la región de Lerma y Toluca, competimos con varias empresas destacadas que ofrecen productos y servicios similares.

SWA Uniformes:

- Ubicación: Principalmente en Lerma, con operaciones extendidas a Toluca.
- Productos: Uniformes empresariales.
- Camisas Oxford de Manga Larga: Precio Aproximado: \$250 - \$400 MXN
- Playeras Tipo Polo: Precio Aproximado: \$150 - \$300 MXN
- Sudaderas: Precio Aproximado: \$350 - \$600 MXN
- Batas Médicas: Precio Aproximado: \$300 - \$500 MXN
- Chalecos de Alta Visibilidad: Precio Aproximado: \$400 - \$700 MXN
- Chamarras Tácticas: Precio Aproximado: \$700 - \$1,200 MXN

PROTEC Soluciones Integrales.

- Ubicación: Río Papaloapan A 608, Toluca, Estado de México, 50290, México.
- Productos: Uniformes empresariales
- Overol de Gabardina: \$400 - \$700 MXN
- Pantalón Vaquero de Mezclilla: \$300 - \$500 MXN
- Chamarras Industriales: \$600 - \$1,000 MXN

Gaeta Uniformes:

- Ubicación: Toluca de Lerdo.
- Productos: Uniformes industriales, clínicos, policiacos, entre otros.
- Características: Personalización y alta calidad en materiales.
- Overol Industrial: \$300 - \$600 MXN
- Camisola Industrial Gabardina: \$200 - \$400 MXN
- Pantalón Industrial Gabardina: \$250 - \$450 MXN
- Chaleco Tipo Cuadrilla: \$400 - \$700 MXN

Donza Uniformes

- Ubicación: Toluca de Lerdo
- Productos: Uniformes Quirúrgicos, Pantalones Médicos, Filipinas Médicas, Chamarras Médicas, Batas Médicas.
- Características: Personalización y alta calidad en materiales
- Filipina Cherokee Infinity 2625A: \$860 MXN
- Filipina Grey's Anatomy GRST001: \$850 - \$1,000 MXN
- Filipina Cherokee Prints CK692: \$800 - \$900 MXN
- Pijama Barco Essentials BE002-BE005: \$850 MXN
- Pijama Skechers SK101-SK201: \$1,335 MXN
- Pijama Barco One 5105-5205: \$1,975 MXN

Lazzar uniformes

- Ubicación: Toluca. Ubicación: Tienen varias oficinas de ventas en México, incluyendo Ciudad de México y Culiacán, Sinaloa.
- Productos: Chamarras, chalecos, camisas, playeras tipo polo, etc.
- Características: Alta calidad en materiales y personalización de uniformes industriales
- Camisas Oxford: \$300 - \$500 MXN
- Pantalones para Uniformes: \$250 - \$450 MXN
- Playeras Tipo Polo: \$189 - \$359 MXN
- Filipinas Médicas: \$250 - \$450 MXN
- Batas Médicas: \$300 - \$500 MXN

UNITAM Toluca.

- Ubicación: Toluca, Estado de México.
- Productos: Chamarras, chalecos, camisas, playeras tipo polo, etc.
- Calidad: Productos elaborados con materiales de alta calidad que garantizan durabilidad y confort.
- Blusas Ejecutivas: Desde \$390 MXN
- Chalecos de Vestir: Desde \$448 MXN
- Filipinas para Chef: Varía según el diseño y personalización
- Playeras Tipo Polo: Desde \$250 MXN
- Pantalones Industriales: Desde \$300 - \$500 MXN

b. Evaluación de Estrategias de Competidores

Lazzar Uniformes

Campañas y Estrategias de Marketing:

Promociones y Ofertas: Lazzar Uniformes frecuentemente promociona ofertas limitadas y descuentos en su sitio web y catálogos digitales. Utilizan boletines para anunciar nuevas prendas y promociones especiales, atrayendo a clientes con descuentos temporales y productos destacados.

Contenido Educativo y Informativo: Publican catálogos y boletines en plataformas como Issuu, donde muestran su gama de productos y dan información detallada sobre la calidad y características de sus uniformes. También tienen una presencia activa en YouTube con videos promocionales que destacan sus productos y su calidad.

Redes Sociales y Videos: Mantienen un canal de YouTube para promocionar sus uniformes y mostrar cómo se fabrican, así como testimonios de clientes satisfechos y casos de uso de sus productos (Issuu) (YouTube).

Tipos de Anuncios y Creatividad:

Anuncios Visuales: Utilizan imágenes de calidad y videos que muestran la durabilidad y comodidad de sus uniformes, dirigidos a empresas que buscan calidad y personalización.

Llamadas a la Acción (CTA): En sus anuncios y sitio web, utilizan CTAs como "Comprar ahora" y "Agregar a cotización" para facilitar la conversión de visitantes en clientes. También ofrecen pequeños logotipos incluidos en pedidos de más de 15 piezas y envíos gratuitos en pedidos grandes, incentivando a los clientes a realizar compras más grandes (Lazzar - Uniformes Empresariales) (Lazzar - Texas Uniforms).

Estrategias Comunes:

Promociones y Ofertas Especiales: Todas estas empresas utilizan promociones y descuentos como una estrategia clave para atraer nuevos clientes y fidelizar a los existentes.

Contenido Educativo: Publican contenido que educa a sus clientes sobre el uso adecuado de los uniformes, cuidados de los mismos y normativas de seguridad relevantes.

Interacción con Clientes: Utilizan las redes sociales para interactuar directamente con sus clientes, respondiendo preguntas y recibiendo feedback en tiempo real.

Anuncios Visuales y Videos en redes sociales: Utilizan imágenes de alta calidad y videos para mostrar sus productos en uso y destacar las características y beneficios de sus uniformes.

3. Análisis de Tendencias.

Innovaciones en Diseño: Los uniformes están integrando tecnologías avanzadas como telas antimicrobianas, de secado rápido y con protección UV, mejorando la funcionalidad y comodidad (NAUMD) (McKinsey & Company).

Tallas Inclusivas y Género-Neutrales: La tendencia hacia un ajuste más inclusivo y opciones de uniformes género-neutrales asegura que todos los empleados se sientan cómodos y representados (UDS) (NAUMD).

b. Tendencias en Redes Sociales

En 2024, las tendencias en redes sociales están marcadas por varios tipos de contenido y formatos de anuncios que están ganando popularidad y demostrando ser efectivos.

Los videos más largos, de dos a cinco minutos, están volviendo a ser populares. Plataformas como Instagram y TikTok están aumentando la duración máxima de sus videos, permitiendo a los creadores proporcionar contenido más profundo y detallado.

Las historias y los reels continúan siendo populares en Instagram y Facebook, permitiendo a los usuarios compartir contenido efímero y atractivo. Estos formatos son efectivos para mantener la atención de la audiencia y promover la interacción rápida.

El contenido que responde a preguntas comunes y proporciona educación sobre temas específicos está ganando relevancia. Esto es especialmente útil en plataformas donde los usuarios buscan información de manera similar a como lo harían en un motor de búsqueda (Social Media Dashboard).

4. Definición de Objetivos

Definición de Objetivos

Para alinear nuestras operaciones diarias con nuestra misión y visión, definimos los siguientes objetivos:

Calidad y Satisfacción del Cliente:

Objetivo: Asegurar que todos nuestros productos cumplan con los más altos estándares de calidad.

Estrategias: Implementar controles de calidad rigurosos en cada etapa de producción y realizar encuestas de satisfacción del cliente periódicamente.

Servicio al Cliente:

Objetivo: Brindar una atención al cliente excepcional y personalizada.

Estrategias: Capacitar al personal en habilidades de servicio al cliente y establecer canales de comunicación eficientes y accesibles para resolver dudas y atender solicitudes.

5. Estrategia de Contenidos

Tipos de Contenido:

Educativo.

Objetivo: Informar y educar a la audiencia sobre los productos y beneficios de usar uniformes de calidad.

Ejemplos de Publicaciones:

"5 Beneficios de Usar Uniformes Personalizados en Tu Empresa"

"Cómo Cuidar y Mantener Tus Uniformes de Trabajo"

"Tendencias en Uniformes Industriales para 2024."

Entretenimiento:

Objetivo: Crear contenido que sea divertido y atractivo para aumentar la interacción y el compromiso con la marca.

Ejemplos de Publicaciones:

Videos detrás de cámaras mostrando el proceso de fabricación de los uniformes.

Historias de clientes satisfechos y cómo los uniformes han mejorado su ambiente laboral.

Promocional:

Objetivo: Ofrecer promociones especiales y descuentos para incentivar las ventas y lealtad de los clientes.

Ejemplos de Publicaciones:

"¡Gran Venta de Fin de Año! Descuentos del 10% en Todos los Uniformes"

"Promoción Especial: Compra 10 Uniformes y Recibe 2 Gratis"

"Descuento Exclusivo para Nuevos Clientes en su Primera Compra"

Planificación de Contenidos Relevantes para Eventos y Fechas Importantes:

Enero:

Inicio del año: "Nuevos propósitos con uniformes renovados para tu equipo."

Promociones de Año Nuevo.

Febrero:

Día del Amor y la Amistad: "Regala comodidad y estilo a tus empleados con nuestros uniformes."

Marzo:

Día Internacional de la Mujer: "Celebramos a nuestras clientas con descuentos especiales en uniformes femeninos."

Abril:

Día Mundial de la Salud: "Uniformes médicos con descuento para celebrar a nuestros héroes de la salud."

Mayo:

Día del Trabajo: "Promoción especial para trabajadores incansables: 15% de descuento en todos los uniformes industriales."

Junio:

Inicio del verano: "Uniformes frescos y cómodos para trabajar en el calor del verano."

Julio:

Aniversario de la empresa: "Celebramos nuestro aniversario con grandes descuentos y sorpresas para nuestros clientes."

Agosto:

Regreso a clases: "Uniformes escolares y corporativos para un regreso a clases con estilo."

Septiembre:

Mes de la Independencia: "Promociones patrias en toda nuestra línea de uniformes."

Octubre:

Mes de la Conciencia sobre el Cáncer de Mama: "Apoyamos la causa con uniformes rosa y donaciones a fundaciones."

Noviembre:

Buen Fin: "Descuentos increíbles durante el Buen Fin en toda nuestra línea de productos."

Diciembre:

Navidad y Fin de Año: "Regala uniformes nuevos a tu equipo y prepárate para un año de éxito."

- **Semana 1:**
 - **Lunes:** Artículo educativo en el blog.
 - **Miércoles:** Video detrás de cámaras en Instagram.
 - **Viernes:** Promoción de Año Nuevo en redes sociales.
- **Semana 2:**
 - **Lunes:** Testimonio de cliente en Instagram.
 - **Miércoles:** Encuesta sobre nuevos diseños.
 - **Viernes:** Publicación en Facebook sobre beneficios de uniformes personalizados.
- **Semana 3:**
 - **Lunes:** Artículo sobre mantenimiento de uniformes.
 - **Miércoles:** Reels de un día en la fábrica.
 - **Viernes:** Anuncio de promoción especial de enero.
- **Semana 4:**
 - **Lunes:** Publicación educativa sobre importancia de uniformes en el trabajo.
 - **Miércoles:** Historia en Instagram mostrando el equipo de atención al cliente.
 - **Viernes:** Video de agradecimiento a los clientes.

FODA

Debilidades. <ul style="list-style-type: none">• Capacidad limitada económicamente para múltiples proyectos grandes.• Dependencia de segundos y terceros maquileros, serigrafistas, costureros, etc.• Tiempos de entrega de 2 a 3 semanas.• Personal limitado.• Falta de presencia en línea podría no tener una estrategia digital sólida para atraer clientes.• Capacidad limitada de marketing: Dependencia en métodos tradicionales de marketing en lugar de digitales.• Falta de innovación tecnológica No utilizar tecnologías avanzadas en la producción y gestión.	Amenaza. <ul style="list-style-type: none">• Competidores externos, como China e India.• Crisis y desafíos imprevistos (ej. pandemias, crisis económicas).• Caída de un pedido o demanda de una empresa.• Accidente o muerte de un integrante importante de la empresa.• Pérdida o robo de los productos.• Un pedido puede salir mal y retrasar la producción.• Cambios en regulaciones y normativas: Nuevas leyes pueden afectar los costos y operaciones.• Fluctuaciones en los precios de materias primas: Aumentos en costos pueden afectar la rentabilidad.• Avances tecnológicos de la competencia: Competidores adoptando nuevas tecnologías que mejoran eficiencia y calidad.
Oportunidades. <ul style="list-style-type: none">• Crecimiento de la empresa.• Colaborar con nuevas empresas.• Atención dedicada y personalizada.• Manejo de proyectos chicos a grandes.• Ajuste a pedidos con poco presupuesto.	Fortalezas. <ul style="list-style-type: none">• Resolver situaciones complicadas en poco tiempo.• Manejo de clientes y satisfacción.• Calidad de producto.• Garantía de ciertos productos.• Flexibilidad y adaptación: Capacidad de adaptarse rápidamente a las necesidades del cliente.

<ul style="list-style-type: none"> • Expansión a nuevos mercados: Internacionalización o nuevas regiones dentro del país. • Adopción de tecnología avanzada: Implementar software de gestión de producción y CRM. • E-commerce: Establecer una tienda en línea para llegar a un público más amplio. • Marketing digital: Utilización de redes sociales y SEO para atraer nuevos clientes. • Programas de fidelización: Crear programas para retener clientes actuales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento profundo del mercado local: Entendimiento de las necesidades y preferencias de los clientes locales. • Reputación y credibilidad: Buena reputación en el mercado por la calidad y servicio al cliente.
---	--

Acciones Estratégicas.

Para mitigar Debilidades

- Inversión en tecnología: Mejorar la eficiencia y reducir los tiempos de entrega mediante la automatización.
- Formación y capacitación: Desarrollar habilidades del personal para reducir la dependencia de terceros.
- Ampliar el equipo: Contratar más personal para manejar la carga de trabajo y mejorar la capacidad de producción.
- Presencia en línea: Desarrollar una estrategia de marketing digital y e-commerce.

Para afrontar Amenazas

- Diversificación de proveedores: Reducir la dependencia de un solo proveedor para minimizar riesgos.
- Plan de contingencia: Desarrollar planes para manejar crisis y situaciones imprevistas.
- Seguro de productos: Implementar seguros para protegerse contra pérdidas y robos.
- Monitoreo de mercado: Estar atento a los cambios en regulaciones y adaptar la estrategia en consecuencia.

Para aprovechar Oportunidades

- Marketing digital: Aumentar la presencia en línea y utilizar herramientas de marketing digital.
- Innovación tecnológica: Adoptar nuevas tecnologías para mejorar la eficiencia y calidad de los productos.
- Expansión geográfica: Identificar nuevos mercados potenciales y desarrollar una estrategia de expansión.
- Colaboraciones estratégicas: Buscar alianzas con otras empresas para aprovechar sinergias.

Para fortalecer Fortalezas

- Enfocar en la calidad: Continuar enfocándose en la calidad del producto y servicio al cliente.
- Capacitación continua: Mantener al equipo actualizado con las últimas tendencias y tecnologías.
- Programa de fidelización: Implementar programas para recompensar a los clientes leales y mantener la satisfacción.


6. Creación de Anuncios

Lluvia de Ideas para Creación de Anuncios.

- Enfocarse en la Calidad del Producto.
- Rapidez en la Resolución de Problemas.
- Flexibilidad y Adaptabilidad.
- Precios Competitivos.
- Personal y Equipo.

Primer boceto de comercial y campaña:

Se realizará un cortometraje de no más de 70 segundos. De este contenido se extraerá material para redes sociales, email marketing, banners y Facebook Stories.

Propuesta uno	
<p>TOMA 1</p>  <p>Montaña 1 Elemento Tierra</p> <p>Montaña 2 Elemento nieve.</p> <p>Las montañas representan a nuestros clientes más grandes que tenemos que son IRON MOUNTAIN Y AUTOLIV.</p>	<p>TOMA 2</p>  <p>Montaña 1</p> <p>Montaña 2</p> <p>Las montañas se hacen a un lado para mostrar el logo de CUE, esto dándole un significado de que atrás de grandes empresas estamos nosotros.</p>
<p>TOMA 3</p>  <p>Gira 180°</p> <p>VOZ DE NARRADOR(PENDIENTE)</p>	<p>TOMA 4</p>  <p>VOZ DE NARRADOR(PENDIENTE)</p> <p>Aparece la tienda después de que el logo giró, demostrando que tenemos una tienda física que pueden ir a comprar en cualquier momento y darles una asesoría de nuestros productos.</p>

TOMA 5



VOZ DE NARRADOR(PENDIENTE)

Se muestra la variedad de los productos que tenemos en una toma general

Propuesta uno

TOMA 6

Línea ejecutiva

Fondo de oficinas o un entorno ejecutivo
VOZ DE NARRADOR(PENDIENTE)



Tres personas mostrando sus uniformes, destacando el logo bordado personalizado. Como primer plano, se muestran a las tres personas y de fondo personas trabajando.

Es un entorno con condiciones adversas,
donde el operador este trabajando.

camisa con
reflejante



VOZ DE NARRADOR(PENDIENTE)

En este entorno se ve cómo la ropa se enfrenta en un entorno hostil, para demostrar que la ropa que vendemos es de calidad.

VOZ DE NARRADOR(PENDIENTE)

Se colocan una chamarra



Después de una jornada laboral los trabajadores se colocan su chamarra del trabajo ya sea sudadera o chamarra, etc.

Estructura del email marketing

1 Artículo



1 Logo de la Empresa:

Ubicación: Parte superior del correo.
Función: Refuerza la identidad de la marca y la hace reconocible de inmediato.

2 Título del Artículo:

Ubicación: Justo debajo del logo.
Función: Capta la atención del lector y proporciona una idea clara del contenido del correo.

3 Imagen del Artículo:

Ubicación: Debajo del título.
Función: Visualmente atractiva, muestra el producto destacado, lo que es crucial para generar interés.

4 Propiedades del Artículo:

Ubicación: A un lado o debajo de la imagen.
Función: Detalla las características clave del producto, ayudando a los lectores a entender sus beneficios.

5 Descripción Detallada del Artículo:

Ubicación: Debajo de las propiedades.
Función: Proporciona información adicional sobre el producto, destacando sus ventajas y usos potenciales.

6 Colores del Artículo:

Ubicación: Cerca de la descripción.
Función: Muestra las opciones de color disponibles, lo que es útil para los clientes que buscan personalización.

7 Leyenda de "¡Nos ajustamos a tu presupuesto!":

Ubicación: Cerca del pie de página.
Función: Refuerza el mensaje de accesibilidad y flexibilidad financiera, atractivo para una amplia gama de clientes.

8 Llamadas a la Acción (CTA):

Incluye botones claros y visibles como "Comprar Ahora", "Solicitar Cotización" o "Más Información" para dirigir a los lectores a tomar acción inmediata.

9 Términos y Condiciones:

Ubicación: Parte inferior del correo.
Función: Proporciona transparencia sobre las condiciones de venta y políticas, lo que puede generar confianza.

10 Pie de Página con Información y Contactos:

Ubicación: Final del correo.
Función: Ofrece información de contacto y enlaces adicionales, facilitando que los clientes se pongan en contacto o visiten el sitio web.

Estructura del email marketing

1 Artículo de distribuidor autorizado



1 Logo de la Empresa:

Ubicación: Parte superior del correo.

Función: Refuerza la identidad de la marca y la hace reconocible de inmediato.

2 Leyenda de distribuidor autorizado

Ubicación: Parte superior del correo.

Función: Refuerza la identidad de la marca y la hace reconocible de inmediato.

3 Título del Artículo:

Ubicación: Justo debajo del logo.

Función: Capta la atención del lector y proporciona una idea clara del contenido del correo.

4 Imagen del Artículo:

Ubicación: Debajo del título.

Función: Visualmente atractiva, muestra el producto destacado, lo que es crucial para generar interés.

5 Propiedades del Artículo:

Ubicación: A un lado o debajo de la imagen.

Función: Detalla las características clave del producto, ayudando a los lectores a entender sus beneficios.

6 Descripción Detallada del Artículo:

Ubicación: Debajo de las propiedades.

Función: Proporciona información adicional sobre el producto, destacando sus ventajas y usos potenciales.

7 Colores del Artículo:

Ubicación: Cerca de la descripción.

Función: Muestra las opciones de color disponibles, lo que es útil para los clientes que buscan personalización.

8 Leyenda de "¡Nos ajustamos a tu presupuesto!":

Ubicación: Cerca del pie de página.

Función: Refuerza el mensaje de accesibilidad y flexibilidad financiera, atractivo para una amplia gama de clientes.

9 Llamadas a la Acción (CTA):

Incluye botones claros y visibles como "Comprar Ahora", "Solicitar Cotización" o "Más Información" para dirigir a los lectores a tomar acción inmediata.

10 Términos y Condiciones:

Ubicación: Parte inferior del correo.

Función: Proporciona transparencia sobre las condiciones de venta y políticas, lo que puede generar confianza.

11 Pie de Página con Información y Contactos:

Ubicación: Final del correo.

Función: Ofrece información de contacto y enlaces adicionales, facilitando que los clientes se pongan en contacto o visiten el sitio web.

Estructura para whatsapp



1 Logo de la Empresa:

Ubicación: Parte superior del correo.

Función: Refuerza la identidad de la marca y la hace reconocible de inmediato.

2 Leyenda de distribuidor autorizado

Ubicación: Parte superior del correo.

Función: Refuerza la identidad de la marca y la hace reconocible de inmediato.

3 Título del Artículo:

Ubicación: Justo debajo del logo.

Función: Capta la atención del lector y proporciona una idea clara del contenido del correo.

4 Leyenda de "¡Nos ajustamos a tu presupuesto!":

Ubicación: Cerca del pie de página.

Función: Refuerza el mensaje de accesibilidad y flexibilidad financiera, atractivo para una amplia gama de clientes.

5 Imagen del Artículo:

Ubicación: Debajo del título.

Función: Visualmente atractiva, muestra el producto destacado, lo que es crucial para generar interés.

6 Propiedades del Artículo:

Ubicación: A un lado o debajo de la imagen.

Función: Detalla las características clave del producto, ayudando a los lectores a entender sus beneficios.

7 Términos y Condiciones:

Ubicación: Parte inferior del correo.

Función: Proporciona transparencia sobre las condiciones de venta y políticas, lo que puede generar confianza.

8 Pie de Página con Información y Contactos:

Ubicación: Final del correo.

Función: Ofrece información de contacto y enlaces adicionales, facilitando que los clientes se pongan en contacto o visiten el sitio web.

Estructura para facebook



1 Logo de la Empresa:

Ubicación: Parte superior del correo.

Función: Refuerza la identidad de la marca y la hace reconocible de inmediato.

2 Leyenda de distribuidor autorizado

Ubicación: Parte superior del correo.

Función: Refuerza la identidad de la marca y la hace reconocible de inmediato.

3 Título del Artículo:

Ubicación: Justo debajo del logo.

Función: Capta la atención del lector y proporciona una idea clara del contenido del correo.

4 Leyenda de "¡Nos ajustamos a tu presupuesto!":

Ubicación: Cerca del pie de página.

Función: Refuerza el mensaje de accesibilidad y flexibilidad financiera, atractivo para una amplia gama de clientes.

5 Imagen del Artículo:

Ubicación: Debajo del título.

Función: Visualmente atractiva, muestra el producto destacado, lo que es crucial para generar interés.

6 Propiedades del Artículo:

Ubicación: A un lado o debajo de la imagen.

Función: Detalla las características clave del producto, ayudando a los lectores a entender sus beneficios.

7 Términos y Condiciones:

Ubicación: Parte inferior del correo.

Función: Proporciona transparencia sobre las condiciones de venta y políticas, lo que puede generar confianza.

8 Pie de Página con Información y Contactos:

Ubicación: Final del correo.

Función: Ofrece información de contacto y enlaces adicionales, facilitando que los clientes se pongan en contacto o visiten el sitio web.



Hacer pequeños reels en faceook contando pequeñas historias.

Duración: Video entre 15 y 30 segundos para captar la atención rápidamente.

Ejemplo:

Guion para el Video Reel

Escena 1:

Salida de trabajo.

Visual: Persona tomando su mochila, preparándose para salir de su jornada laboral.

Escena 2:

Rumbo a casa

Visual: Persona caminando hacia su casa al anochecer, usando el uniforme con reflejantes.

Escena 3:

Cruzando el paso peatonal.

Visual: Persona caminando por un cruce peatonal, un coche acercándose y frenando justo a tiempo porque estaba distraído con su teléfono y gracias a los reflejantes alcanzo a detener su marcha.

Narrador: "Incluso en situaciones inesperadas, los reflejantes aseguran que siempre seas visible."

Escena 4:

Mensaje final

Visual: Logo de la empresa CUE Uniformes y eslogan.

Narrador: "CUE Uniformes, protegiéndote en cada paso que das."



Reels 2.

Escena 1:

Final del día de trabajo

Visual: Trabajador terminando su jornada, limpiándose las manos y preparándose para salir del trabajo.

Narrador: "Después de un día arduo, lo más importante es llegar a casa seguro."

Escena 2:

Camino a casa

Visual: Trabajador caminando por la calle, con el uniforme de trabajo con reflejantes visible. La luz de los coches ilumina los reflejantes.

Escena 3:

Llegada a casa

Visual: Trabajador llegando a su casa, abriendo la puerta con una sonrisa en el rostro.

Narrador: "Cada paso te lleva más cerca de los que amas."

Escena 4:

Recibimiento por su hija

Visual: La puerta se abre y su hija corre a abrazarlo.

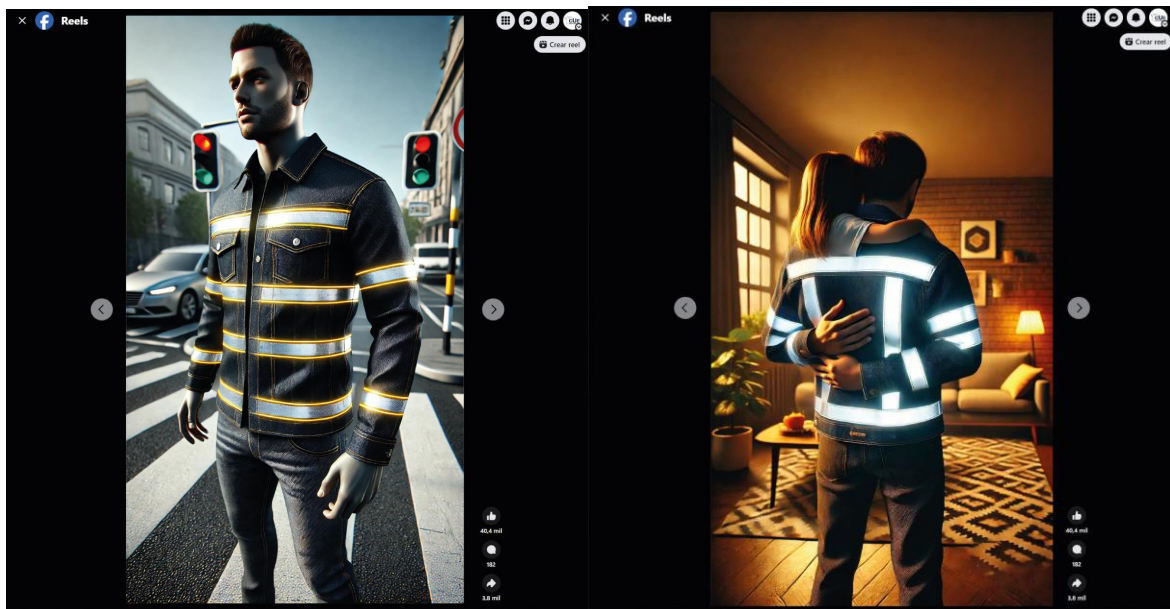
Narrador: "Y el mejor momento del día es ser recibido con un abrazo."

Mensaje final

Visual: Logo de CUE Uniformes y eslogan.

Narrador: "CUE Uniformes, protegiéndote en cada paso que das."

Ejemplos visuales.



1:06 PM

2.4kB/s

Novedades



Estados



Mi estado

Añade una actualización

Recientes



CUE uniformes

11:22 a. m.



CUE uniformes

10:27 a. m.



CUE uniformes

8:25 a. m.



CUE uniformes

7:48 a. m.



Madrina Paty

7:32 a. m.



Hermano Niko

6:46 a. m.



Hermano Niko2

6:42 a. m.



Chats



Novedades



Comunidades



Llamadas

Redactar

Recibidos 967

- Destacados
- Pospuestos
- Enviados
- Borradores
- Más

Etiquetas

1 de 1.431

Diseñador Gráfico en Proyecto Digital y 17 empleos más en México para ti. Postúlate ahora. Externo Recibidos x



Empleos de Glassdoor <noreply@glassd... 15:52 (hace 42 minutos) para mí

CUE
UNIFORMES

DISTRIBUIDOR AUTORIZADO
PRESLOW®
EST. 1955

Tu Seguridad es nuestra
PRIORIDAD



Diseño y Mensaje

Campaña: Protegiéndote en cada paso que das.

Segmentación de Audiencia

1 Intereses:

- Gestión de la cadena de suministro.
- Inventarios.
- Empresas de manufactura
- Finanzas corporativas.
- Empresariales.
- Alimentos
- Negociación.
- Logística
- Innovación tecnológica.
- Sostenibilidad y responsabilidad social corporativa.

8. Presupuesto e instalaciones.

A. Términos y Condiciones para la Grabación del Comercial Principal

1. Instalaciones

Para la grabación del comercial principal, es esencial contar con el apoyo de terceros que puedan prestarnos sus instalaciones de trabajo. Esto es fundamental para asegurar que el proceso de grabación sea fluido y sin interrupciones.

2. Horarios de Grabación

Para minimizar la interrupción en la jornada laboral, se sugiere realizar las grabaciones preferiblemente durante la hora de comida de los empleados. Esto permitirá capturar el entorno de trabajo sin afectar significativamente las operaciones diarias.

3. Tipo de Instalaciones Requeridas

Entorno de Oficinas: Espacios que reflejen un ambiente profesional, adecuado para mostrar la versatilidad y la elegancia de nuestros uniformes en un entorno corporativo.

Taller Mecánico o Entorno Industrial: Espacios que reflejen un ambiente más rudo, ideal para destacar la durabilidad y funcionalidad de nuestros uniformes en condiciones de trabajo exigentes.

4. Recompensas para los Participantes

Agradecemos enormemente la colaboración de quienes nos presten sus instalaciones. Por ello, ofrecemos las siguientes recompensas:

Descuento Especial: Un descuento especial en la compra de uniformes.

Bordados Gratuitos: Bordados gratis en la compra de sus uniformes, agregando un toque personalizado sin costo adicional.

B. Costos y Personal

Costo:

El costo puede variar dependiendo de los términos acordados con la empresa que nos prestó las instalaciones. El costo aproximado con descuento oscila entre **\$500 mxn** y **\$1200 mxn**.

Personal:

Para grabar el video, se pueden utilizar los mismos trabajadores de CUE Uniformes con el fin de reducir los costos.

Prendas a Utilizar:

Entorno de Oficinas:

Se necesitará una camisa Oxford y pantalones de vestir, o un pantalón de mezclilla con una chamarra, de preferencia bordada para resaltar la calidad de nuestros bordados.

Entorno de Taller Mecánico o Entorno Industrial:

La vestimenta adecuada incluye una camisola con reflejante o un overol, ambos con bordado para destacar la calidad de nuestro trabajo y pantalón de mezclilla.

Costo aproximado por grabación **\$1200 mxn**.

Reel 1: Grabación con Vehículo.

En este caso, la grabación tendrá un costo reducido, ya que utilizaremos un trabajador de CUE Uniformes.

Para este primer reel, se usará un solo vehículo, que puede ser el de la empresa o cualquier otro disponible. La grabación se realizará en la calle y el costo cubrirá únicamente los elementos indispensables.

Costo aproximado por grabación: **\$200 MXN.**

Reel 2: Abrazo

En el reel 2, aprovecharemos la grabación del video principal donde el trabajador se prepara para salir de su jornada laboral, lo cual se grabará en paralelo al comercial principal.

La grabación en la calle se realizará solo cuando el trabajador esté en camino a su casa, lo que implica un costo bajo. Una vez llegue a su domicilio, se incurrirá en otro gasto mínimo, ya que se puede utilizar la casa de uno de los miembros del equipo de CUE Uniformes.

Costo aproximado por grabación: **\$200 MXN.**

Gastos de grabación por día \$1600 MXN.

C. Costo para lanzar la campaña a redes sociales.

Las redes sociales que se van a usar son las siguientes, Facebook, Gmail y Whatsapp.

El costo principal sería en Facebook que se sanarían varias campañas a la vez.

Campaña 1 comercial principal.

Costo. El costo aproximado sería de \$1500 mxn por un mes.

Con un alcance de 800 a 1200 vistas

Probabilidad de Conversión

1. Definir la Tasa de Conversión Esperada.

La tasa de conversión promedio para anuncios en Facebook varía según la industria. Una tasa de conversión típica puede oscilar entre el 1% y el 3%.

2. Calcular las Impresiones Totales

Primero, calcula el número total de visitas esperadas durante el mes.

Fórmula: $\text{Impresiones Totales} = \text{Visitas Diarias Promedio} * \text{Días en un Mes}$

Ejemplo: promedio de 800 a 1300 visitas por día, $(800 + 1300) / 2 = 1050$ visitas diarias.

Impresiones Totales: $1050 \text{ visitas/día} * 30 \text{ días} = \mathbf{31,500 \text{ visitas}}$

3. Estimar el Número de Conversiones

Multiplica las impresiones totales por la tasa de conversión esperada.

Fórmula: $\text{Conversiones} = \text{Impresiones Totales} * \text{Tasa de Conversión}$

Ejemplo: Usando una tasa de conversión del 2%:

Conversiones: $31,500 \text{ visitas} * 0.02 = 630 \text{ conversiones}$

Campañas de Refuerzo

Se lanzará una campaña de refuerzo con la finalidad de mantener una presencia continua en el mercado. El costo de cada campaña será de \$300 MXN por mes, con un costo total de \$1500 MXN para dos campañas mensuales.

Campaña de Correo Electrónico

Se enviará una campaña de correo electrónico a través de Gmail, consistente en un total de 4 correos por mes. La audiencia esperada es de 500 destinatarios por semana.

7. Monitoreo y Optimización

Análisis de Resultados:

Realizar un seguimiento regular de las métricas clave de rendimiento (KPI), como el número de visitas, tasas de conversión, y retorno de la inversión (ROI).

Evaluar la efectividad de cada campaña publicitaria y de correo electrónico mediante informes semanales y mensuales.

Utilizar herramientas de análisis como Google Analytics y las estadísticas de Facebook Ads para obtener datos detallados sobre el comportamiento de los usuarios y el rendimiento de las campañas.