

Manual de actividades

Responsable: Camila Grandy

Actividades:

1. Desarrollo de Estrategias de Marketing Digital.
2. Creación de Contenidos para Campañas Publicitarias.
3. Implementación de Programas de Fidelización de Clientes.
4. Colaboración en el Diseño de la Experiencia del Cliente en la Plataforma Online.
5. Análisis de Tendencias del Mercado de Adopción de Mascotas.
6. Ejecución de Campañas de Responsabilidad Social Corporativa en el Ámbito Animal.

Especificación: Actividad 1

Definición: El Desarrollo de Estrategias de Marketing Digital implica la creación y planificación de enfoques innovadores para promocionar los productos y servicios de la empresa "Little Paw" en entornos digitales.

Objetivo: Diseñar e implementar estrategias de marketing digital que maximicen la visibilidad y participación de la marca Little Paw en plataformas online. Estas estrategias deben alinearse con los objetivos comerciales y mejorar la presencia digital de la empresa.

Análisis SMART:

Específico: Se abordarán tácticas específicas para promover productos y servicios en el ámbito digital, teniendo en cuenta la audiencia objetivo de Little Paw.

Medible: Se establecerán indicadores clave de rendimiento (KPI) para evaluar el éxito de las estrategias implementadas, como el aumento de seguidores en redes sociales, clics en anuncios, conversiones, etc.

Alcanzable: La implementación se realizará utilizando herramientas y plataformas de marketing digital disponibles.

Real: Es una actividad esencial para promover la marca en el entorno digital, donde se encuentra la audiencia objetivo.

Tiempo: La actividad abarcará desde el 1 de enero de 2024 hasta el 31 de junio de 2024.

PART (Procesos, Actores, Recursos, Tecnología):

Procesos:

1. Investigación de mercado para comprender las tendencias y preferencias de la audiencia.
2. Definición de objetivos y metas específicas para la estrategia de marketing digital.
3. Selección de canales digitales adecuados, como redes sociales, publicidad en línea, marketing de contenidos, entre otros.
4. Creación de contenido atractivo y relevante para cada canal seleccionado.
5. Implementación de tácticas de SEO (Optimización de Motores de Búsqueda) para mejorar la visibilidad en línea.
6. Monitoreo y análisis continuo de métricas de rendimiento para realizar ajustes según sea necesario.

Actores:

- especialista en investigación de mercados
- especialista en marketing digital
- personal de ventas y marketing
- analista de datos de marketing

Recursos:

- Herramientas de análisis de mercado.
- Plataformas de redes sociales.

- Herramientas de gestión de campañas publicitarias en línea.
- Software de diseño gráfico y edición de contenido.
- Presupuesto asignado para publicidad en línea.

Tecnología:

- Herramientas de análisis de datos y métricas.
- Plataformas de gestión de redes sociales.
- Herramientas de programación y publicación de contenido.

Recursos:

- **Personal:**
 - especialista en investigación de mercados
 - especialista en marketing digital
 - personal de ventas y marketing
 - analista de datos de marketing
- **Equipo:**
 - Computadoras con software de diseño gráfico y edición de contenido.
 - Laptops para movilidad y acceso remoto.
 - Tablets para presentaciones y revisión de campañas.
- **Materiales:**
 - Documentos de base para el análisis de mercado.
 - Papelería institucional, incluyendo hojas membretadas.
 - Material de escritorio básico, como lápices, bolígrafos, reglas, etc.
- **Tecnología:**
 - Herramientas de análisis de datos y métricas.
 - Plataformas de gestión de redes sociales.
 - Herramientas de programación y publicación de contenido.
 - Software de SEO.
 - Herramientas de publicidad en línea (Google Ads, Facebook Ads, etc.).

TIEMPOS DE LA ACTIVIDAD:

Fecha de Inicio: 01/01/2024

Fecha de Finalización: 30/06/2024

SECUENCIAS DE LA ACTIVIDAD:

Diagnóstico y Planificación: 01/01/2024 - 15/02/2024

- Evaluación de las necesidades actuales de marketing digital.
- Análisis de la competencia y tendencias del mercado.
- Definición de objetivos específicos para el periodo.
- Planificación detallada de estrategias y tácticas a implementar.

Diseño de Estrategias: 16/02/2024 - 15/03/2024

- Desarrollo de enfoques creativos y campañas publicitarias.
- Creación de contenidos relevantes para la audiencia objetivo.
- Selección de canales digitales y plataformas para la implementación.

Implementación de Estrategias: 16/03/2024 - 30/04/2024

- Ejecución de campañas publicitarias en línea.
- Publicación de contenido en redes sociales y otros canales.
- Monitoreo en tiempo real de métricas de rendimiento.
- Ajustes continuos según resultados y retroalimentación.

Análisis y Optimización Continua: 01/05/2024 - 30/06/2024

- Evaluación de métricas y rendimiento de las estrategias implementadas.
- Identificación de áreas de mejora y oportunidades.
- Ajustes y optimizaciones para maximizar resultados.
- Preparación de informes finales y lecciones aprendidas.

Especificación: Actividad 2

Definición: La "Creación de Contenidos para Campañas Publicitarias" implica el desarrollo de materiales creativos y atractivos destinados a promover los productos y servicios de la empresa "Little Paw" en diversas plataformas publicitarias.

Objetivo: Diseñar y producir contenidos publicitarios impactantes que respalden las estrategias de marketing digital, generando interés y participación de la audiencia.

Análisis SMART:

Específico: La actividad se centrará en la producción de contenidos visuales y escritos específicamente diseñados para cumplir con los objetivos publicitarios de Little Paw.

Medible: El éxito se medirá mediante la recepción positiva de la audiencia, evaluación de clics, interacciones y conversiones generadas por los contenidos publicitarios.

Alcanzable: Se utilizarán herramientas de diseño y redacción disponibles para la creación de contenidos de alta calidad.

Real: La creación de contenidos publicitarios es esencial para comunicar efectivamente el mensaje de la marca y atraer a la audiencia objetivo.

Tiempo: La actividad abarcará desde el 1 de enero de 2024 hasta el 30 de junio de 2024.

PART (Procesos, Actores, Recursos, Tecnología):

Procesos:

1. Investigación de mercado para comprender las preferencias de la audiencia.
2. Creación de conceptos creativos alineados con la identidad de la marca.
3. Producción de materiales visuales y de texto para campañas publicitarias.
4. Colaboración estrecha con el equipo de marketing digital para garantizar coherencia.
5. Evaluación continua de la efectividad de los contenidos publicitarios.

Actores:

- especialista en investigación de mercados
- especialista en marketing digital
- personal de ventas y marketing

- analista de datos de marketing

Recursos:

- Software de diseño gráfico y edición de contenido.
- Herramientas de redacción y edición de textos publicitarios.
- Fotografías y gráficos de calidad.
- Presupuesto asignado para la producción de materiales.

Tecnología:

- Herramientas de diseño gráfico (Adobe Creative Suite, Canva, etc.).
- Plataformas de colaboración en línea.
- Herramientas de programación y publicación de contenido.
- Software de análisis de rendimiento publicitario.

RECURSOS:**Personal:**

- Creativos Publicitarios.
- Redactores Publicitarios.
- Diseñadores Gráficos.
- especialista en investigación de mercados
- especialista en marketing digital
- personal de ventas y marketing
- analista de datos de marketing

Equipo:

- Computadoras con software de diseño gráfico y edición de contenido.
- Laptops para movilidad y acceso remoto.
- Cámaras fotográficas y de grabación de video.

Materiales:

- Banco de imágenes y gráficos de alta calidad.
- Papelería institucional, incluyendo hojas membretadas.

Tecnología:

- Herramientas de diseño gráfico y edición de contenido.
- Plataformas de colaboración en línea.
- Herramientas de programación y publicación de contenido.
- Software de análisis de rendimiento publicitario.

TIEMPOS DE LA ACTIVIDAD:

Fecha de Inicio: 01/01/2024

Fecha de Finalización: 30/06/2024

SECUENCIAS DE LA ACTIVIDAD:

Diagnóstico y Planificación: 01/01/2024 - 15/02/2024

- Investigación de preferencias y tendencias de la audiencia.
- Establecimiento de objetivos creativos y comerciales.
- Planificación detallada de la producción de contenidos publicitarios.

Creación de Contenidos: 16/02/2024 - 15/04/2024

- Desarrollo de conceptos creativos y visuales.
- Producción de materiales publicitarios para diversos canales.
- Colaboración estrecha con el equipo de marketing digital.

Implementación en Campañas: 16/04/2024 - 31/05/2024

- Integración de los contenidos en campañas publicitarias.
- Monitoreo en tiempo real de la respuesta de la audiencia.
- Ajustes y mejoras continuas según la retroalimentación.

Evaluación y Reporte Final: 01/06/2024 - 30/06/2024

- Evaluación de métricas de rendimiento de los contenidos.
- Análisis de la efectividad de la participación de la audiencia.
- Preparación de informes finales y lecciones aprendidas.

Especificación: Actividad 3

Definición: La "Implementación de Programas de Fidelización de Clientes" consiste en el diseño y ejecución de estrategias que buscan fortalecer la relación entre la marca "Little Paw" y sus clientes, promoviendo la lealtad a través de beneficios y recompensas.

Objetivo: Establecer programas de fidelización efectivos que incentiven la retención de clientes, generando un vínculo duradero y positivo con la marca Little Paw.

Análisis SMART:

Específico: La actividad se enfocará en desarrollar programas personalizados que se adapten a las preferencias y necesidades específicas de los clientes de Little Paw.

Medible: Se evaluará la efectividad del programa mediante indicadores como la retención de clientes, participación en programas de lealtad y la satisfacción del cliente.

Alcanzable: Se utilizarán herramientas tecnológicas y estrategias probadas en la implementación de programas de fidelización.

Real: La implementación de programas de fidelización es crucial para fortalecer la relación cliente-marca en un mercado competitivo.

Tiempo: La actividad abarcará desde el 1 de enero de 2024 hasta el 30 de junio de 2024.

PART (Procesos, Actores, Recursos, Tecnología):

Procesos:

1. Análisis de datos para comprender las preferencias y comportamientos de los clientes.
2. Diseño de programas de fidelización, incluyendo recompensas y beneficios.
3. Implementación de sistemas tecnológicos para gestionar y monitorear la participación del cliente.

4. Comunicación efectiva de los programas a través de diversos canales.
5. Evaluación continua de la efectividad del programa y ajustes según sea necesario.

Actores:

- Equipo de Fidelización de Clientes.
- Analistas de Datos y Comportamiento del Cliente.
- especialista en investigación de mercados
- especialista en marketing digital
- personal de ventas y marketing
- analista de datos de marketing

Recursos:

- Plataformas tecnológicas para programas de fidelización.
- Herramientas de comunicación multicanal.
- Presupuesto asignado para recompensas y beneficios.
- Expertos en análisis de datos y comportamiento del cliente.

Tecnología:

- Plataformas de gestión de programas de fidelización.
- Herramientas de análisis de datos y comportamiento del cliente.
- Sistemas de comunicación multicanal.
- Software de gestión de relaciones con el cliente (CRM).

RECURSOS:

Personal:

- Equipo dedicado a Fidelización de Clientes.
- Analistas de Datos y Comportamiento del Cliente.
- especialista en investigación de mercados
- especialista en marketing digital
- personal de ventas y marketing
- analista de datos de marketing

Equipo:

- Plataformas tecnológicas para programas de fidelización.
- Computadoras y dispositivos para el equipo.
- Sistemas de comunicación multicanal.

Materiales:

- Material promocional para anunciar los programas de fidelización.
- Documentos informativos para clientes.

Tecnología:

- Plataformas de gestión de programas de fidelización.
- Herramientas de análisis de datos y comportamiento del cliente.
- Software de gestión de relaciones con el cliente (CRM).

TIEMPOS DE LA ACTIVIDAD:

Fecha de Inicio: 01/01/2024

Fecha de Finalización: 30/06/2024

SECUENCIAS DE LA ACTIVIDAD:

Diagnóstico y Planificación: 01/01/2024 - 15/02/2024

- Análisis de datos de clientes para identificar oportunidades de fidelización.
- Diseño de programas de fidelización adaptados a las preferencias de la audiencia.
- Planificación de estrategias de comunicación y lanzamiento.

Implementación de Programas: 16/02/2024 - 30/04/2024

- Configuración de plataformas tecnológicas para programas de fidelización.
- Lanzamiento y promoción de programas a través de diversos canales.
- Seguimiento y ajustes continuos según la participación del cliente.

Evaluación y Optimización Continua: 01/05/2024 - 30/06/2024

- Análisis de métricas de participación y retención de clientes.
- Identificación de áreas de mejora y ajustes en los programas.
- Preparación de informes finales y recomendaciones para futuras mejoras.

Especificación: Actividad 4

Definición: La "Colaboración en el Diseño de la Experiencia del Cliente en la Plataforma Online" implica la participación activa en la configuración de la interacción del cliente con la marca "Little Paw" en entornos digitales para garantizar una experiencia positiva y satisfactoria.

Objetivo: Contribuir al diseño y mejora continua de la experiencia del cliente en la plataforma online de Little Paw, buscando maximizar la usabilidad, accesibilidad y satisfacción del usuario.

Análisis SMART:

Específico: La actividad se centrará en la colaboración con expertos en diseño de experiencia de usuario (UX) para optimizar la plataforma online de Little Paw.

Medible: Se evaluará la eficacia de las mejoras mediante métricas como la tasa de retención de usuarios, la facilidad de navegación y la retroalimentación del cliente.

Alcanzable: Se utilizarán metodologías y prácticas de diseño de experiencia del cliente bien establecidas.

Real: La colaboración en el diseño de la experiencia del cliente es esencial para diferenciar a Little Paw en el mercado digital.

Tiempo: La actividad abarcará desde el 1 de enero de 2024 hasta el 30 de junio de 2024.

PART (Procesos, Actores, Recursos, Tecnología):

Procesos:

1. Evaluación de la experiencia actual del usuario en la plataforma online.

2. Colaboración con diseñadores de experiencia de usuario (UX) para identificar áreas de mejora.
3. Implementación de cambios y mejoras en la plataforma.
4. Pruebas y evaluación continua de la experiencia del usuario.

Actores:

- Equipo de Diseño de Experiencia del Usuario (UX).
- Personal de Little Paw relacionado con el desarrollo y mantenimiento de la plataforma.
- especialista en investigación de mercados
- especialista en marketing digital
- personal de ventas y marketing
- analista de datos de marketing

Recursos:

- Herramientas de análisis de experiencia del usuario.
- Software de diseño y desarrollo web.
- Presupuesto para posibles actualizaciones tecnológicas.
- Expertos en diseño de experiencia de usuario.

Tecnología:

- Herramientas de análisis de experiencia del usuario.
- Plataformas de diseño y prototipado.
- Software de gestión de proyectos.
- Plataformas de colaboración en línea.

RECURSOS:**Personal:**

- Equipo de Diseño de Experiencia del Usuario (UX).
- Desarrolladores y personal técnico.

Equipo:

- Herramientas de análisis de experiencia del usuario.
- Computadoras y dispositivos para el equipo.
- Software de diseño y desarrollo web.

Materiales:

- Documentos de referencia sobre prácticas de diseño de experiencia del usuario.
- Material de promoción interna para informar a los empleados sobre las actualizaciones.

Tecnología:

- Herramientas de análisis de experiencia del usuario.
- Plataformas de diseño y prototipado.
- Software de gestión de proyectos.
- Plataformas de colaboración en línea.

TIEMPOS DE LA ACTIVIDAD:

Fecha de Inicio: 01/01/2024

Fecha de Finalización: 30/06/2024

SECUENCIAS DE LA ACTIVIDAD:

Diagnóstico y Evaluación Actual: 01/01/2024 - 15/02/2024

- Análisis de la experiencia del usuario actual en la plataforma.
- Identificación de puntos fuertes y áreas de mejora.

Colaboración con Diseñadores de UX: 16/02/2024 - 15/04/2024

- Reuniones y colaboración activa con diseñadores de experiencia de usuario.
- Desarrollo de prototipos y propuestas de mejoras.
- Evaluación conjunta de soluciones.

Implementación de Cambios: 16/04/2024 - 31/05/2024

- Aplicación de cambios y mejoras en la plataforma.
- Pruebas de usabilidad y correcciones según sea necesario.

Evaluación Continua: 01/06/2024 - 30/06/2024

- Monitoreo continuo de la experiencia del usuario.
- Recopilación de comentarios y retroalimentación.
- Ajustes adicionales según las respuestas de los usuarios.

Especificación: Actividad 5

Definición: El "Análisis de Tendencias del Mercado de Adopción de Mascotas" implica la investigación y evaluación de los patrones y cambios en la adopción de mascotas, con el objetivo de comprender las preferencias del mercado y anticipar las necesidades de los consumidores.

Objetivo: Realizar un análisis exhaustivo de las tendencias actuales y emergentes en el mercado de adopción de mascotas para informar las estrategias comerciales de Little Paw y garantizar una oferta alineada con las demandas del mercado.

Análisis SMART:

Específico: Se centrará en identificar tendencias específicas en la adopción de mascotas, como preferencias de especies, características de productos y enfoques de adopción.

Medible: Se evaluará el éxito de la actividad mediante la capacidad de anticipar y responder eficazmente a las tendencias identificadas.

Alcanzable: Se utilizarán fuentes de datos confiables y métodos de investigación reconocidos para obtener información precisa.

Real: El análisis de tendencias es crucial para adaptar la oferta de Little Paw a las cambiantes preferencias del mercado.

Tiempo: La actividad abarcará desde el 1 de enero de 2024 hasta el 30 de junio de 2024.

PART (Procesos, Actores, Recursos, Tecnología):

Procesos:

1. Investigación de datos de adopciones anteriores y actuales.
2. Análisis de informes de la industria y estudios de mercado.
3. Evaluación de comportamientos del consumidor relacionados con la adopción de mascotas.
4. Síntesis de información para identificar tendencias significativas.

Actores:

- Equipo de Investigación de Mercado.
- Analistas de Datos.

Recursos:

- Acceso a bases de datos de adopciones de mascotas.
- Informes de la industria y estudios de mercado.
- Herramientas de análisis de datos.
- Presupuesto asignado para la investigación de mercado.

Tecnología:

- Plataformas de análisis de datos.
- Software de investigación de mercado.
- Herramientas de presentación y síntesis de datos.

RECURSOS:

Personal:

- Equipo de Investigación de Mercado.
- Analistas de Datos.

Equipo:

- Acceso a bases de datos de adopciones de mascotas.
- Computadoras y dispositivos para el equipo.

- Software de investigación de mercado.

Materiales:

- Informes de la industria y estudios de mercado.
- Documentación sobre tendencias de adopción de mascotas anteriores.

Tecnología:

- Plataformas de análisis de datos.
- Software de investigación de mercado.
- Herramientas de presentación y síntesis de datos.

TIEMPOS DE LA ACTIVIDAD:

Fecha de Inicio: 01/01/2024

Fecha de Finalización: 30/06/2024

SECUENCIAS DE LA ACTIVIDAD:

Recopilación de Datos y Documentación: 01/01/2024 - 31/01/2024

- Adquisición de datos históricos de adopciones de mascotas.
- Recopilación de informes y estudios de mercado existentes.

Análisis y Evaluación de Datos: 01/02/2024 - 28/02/2024

- Procesamiento y análisis de datos recopilados.
- Identificación de patrones y tendencias emergentes.

Síntesis de Información: 01/03/2024 - 15/04/2024

- Integración de datos en un informe completo.
- Documentación de tendencias identificadas.

Presentación y Discusión: 16/04/2024 - 30/04/2024

- Preparación de presentaciones para el equipo de Little Paw.
- Discusión de hallazgos y estrategias recomendadas.

Implementación de Estrategias: 01/05/2024 - 30/06/2024

- Desarrollo e implementación de estrategias comerciales basadas en las tendencias identificadas.
- Monitoreo continuo para ajustes según sea necesario.

Especificación: Actividad 6

Definición: La "Ejecución de Campañas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el Ámbito Animal" implica la planificación, implementación y seguimiento de iniciativas socialmente responsables destinadas a contribuir al bienestar y la protección de los animales.

Objetivo: Desarrollar y ejecutar campañas de RSC que reflejen el compromiso de Little Paw con la protección y el cuidado de los animales, generando impacto positivo en la sociedad y fortaleciendo la imagen de la marca.

Análisis SMART:

Específico: Las campañas se diseñarán para abordar problemas específicos relacionados con el bienestar animal y promover prácticas responsables.

Medible: Se establecerán métricas para evaluar el impacto de las campañas, como la participación en eventos, donaciones recaudadas y conciencia pública generada.

Alcanzable: Se desarrollarán campañas factibles y alineadas con los valores de Little Paw, utilizando recursos disponibles.

Real: La ejecución de campañas de RSC fortalecerá la posición de Little Paw como una empresa socialmente responsable.

Tiempo: La actividad abarcará desde el 1 de enero de 2024 hasta el 30 de junio de 2024.

PART (Procesos, Actores, Recursos, Tecnología):

Procesos:

1. Identificación de causas específicas y necesidades en el ámbito animal.

2. Diseño de campañas creativas y efectivas.
3. Implementación y coordinación de eventos y actividades de RSC.
4. Evaluación del impacto y la efectividad de las campañas.

Actores:

- Equipo de Responsabilidad Social Corporativa.
- Colaboradores externos, como organizaciones benéficas y expertos en bienestar animal.

Recursos:

- Presupuesto asignado para campañas de RSC.
- Colaboradores internos y externos.
- Espacios y recursos para eventos y actividades.
- Materiales promocionales y de concienciación.

Tecnología:

- Plataformas digitales para la difusión de campañas.
- Herramientas de gestión de eventos.
- Sistemas de seguimiento de donaciones y participación.

RECURSOS:

Personal:

- Equipo de Responsabilidad Social Corporativa.
- Colaboradores externos según sea necesario.

Equipo:

- Presupuesto asignado para campañas de RSC.
- Espacios para eventos y actividades.
- Materiales promocionales y de concienciación.

Materiales:

- Materiales promocionales y de concienciación.

- Documentación sobre causas específicas y necesidades en el ámbito animal.

Tecnología:

- Plataformas digitales para la difusión de campañas.
- Herramientas de gestión de eventos.
- Sistemas de seguimiento de donaciones y participación.

TIEMPOS DE LA ACTIVIDAD:

Fecha de Inicio: 01/01/2024

Fecha de Finalización: 30/06/2024

SECUENCIAS DE LA ACTIVIDAD:

Identificación de Causas y Necesidades: 01/01/2024 - 31/01/2024

- Investigación y evaluación de problemas y necesidades en el ámbito animal.
- Selección de causas específicas para abordar.

Diseño de Campañas: 01/02/2024 - 28/02/2024

- Desarrollo de conceptos y estrategias para las campañas.
- Creación de materiales promocionales.

Implementación de Campañas: 01/03/2024 - 30/04/2024

- Ejecución de eventos, actividades y campañas publicitarias.
- Coordinación con colaboradores externos y organizaciones benéficas.

Evaluación de Impacto: 01/05/2024 - 30/06/2024

- Medición del éxito de las campañas mediante métricas predefinidas.
- Análisis de la participación, donaciones y conciencia pública generada.
- Informe final de impacto y lecciones aprendidas.