

Estrategias

Primera estrategia

Propuesta: Videomarketing en Tiktok

Esta estrategia se utilizará para ofrecer contenido multimedia que pueda mostrar contenido de valor, atractivo y que capte la atención de los clientes. Donde se transmitirán los diferentes productos, ingredientes, promociones, dónde están ubicados, testimonios de los clientes y demás, mostrando el producto de forma clara para que el público lo conozca.

Propósito de la estrategia: Como principal propósito es poder activar el perfil de Tiktok de la marca, manteniéndolo con actividad constante para lograr mayor visibilidad por medio de esta red que está en auge. Y como segundo propósito el crear videos promocionales dinámicos sobre el negocio y también, llamar la atención del público joven o el joven adulto para que puedan consumir los productos que ofrece este negocio.

Cómo se desarrollará: Se subirá un tiktok semanal durante dos meses, todos los viernes por la tarde. Se iniciará con videos que publiciten los perfiles de Facebook e Instagram de la marca y su ubicación, luego se mostrarán los productos, procesos de preparación, los ingredientes y promociones.

Camino creativo a utilizar: Camino demostrativo. Se eligió este camino para una muestra completamente visual al cliente, para exponerlo a los ingredientes, colores y sensaciones que producen las bebidas cuando las ven e impulsar el slogan escogido "Explosión de sabores" que es la sensación que se busca despertar en las personas que vean los videos y deseen comprar una bebida de "Mi Chela".

Técnica: Los videos contendrán imágenes de los productos, animaciones, b-roll y la música seleccionada de las tendencias en la actualidad para acompañar los videos y darle mucho más dinamismo, además de agregar textos en algunas ocasiones, para informar promociones, los productos y los ingredientes, todo en videos cortos de 30 a 60 segundos en formato vertical full HD.

Qué planeamos alcanzar, de forma comercial y publicitaria, con esta nueva estrategia: De forma publicitaria planeamos que a raíz de esa estrategia la marca obtenga un mayor auge de popularidad en redes sociales y que las personas nos identifique fácilmente entre las competencias. De forma comercial se planea aumentar las visitas y ventas en un 10% durante los dos meses que se realice dicha estrategia

Cómo se medirá su efecto y en cuánto tiempo se espera para ver la efectividad: Monetariamente se medirá por medio de la cantidad de ventas y ganancias que se hayan generado en cada domingo alrededor de un mes antes de la estrategia en comparación a los otros dos meses donde se esté realizando activamente.

Publicitariamente se tomará en cuenta las interacciones en el perfil de TikTok con los likes, comentarios y hashtags utilizados en los TikTok y se hará la comparación de un día normal en redes sociales con un día destinado solo a la estrategia para ver los porcentajes y estadísticas de las publicaciones y el alcance que generaron.

-Presupuesto:

Elemento	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Videos (tiktoks)	8 videos	\$25	\$200
Productos	6 bebidas	\$5	\$30
Influencer	1	\$60	\$60
Total	\$290		