

Plan marketing online

Luz Martínez

1. Competencia

Campañas de vacunación del gobierno y de laboratorios o cadenas farmaceuticas.

2. Buyer Persona

Residencia: México. Edad: 12-65 años
Acceso a internet y uso de redes sociales.
Candidatos a esquema de vacunación.
Sin preferencia de nivel educativo.

3. Objetivos

- Incentivar la vacunación a través de la información proporcionada en la página web diseñada.
- Crear una imagen confiable de la página gracias al contenido, interacción y diseño.
- Atraer la atención del público para posteriormente ofrecerle otros servicios.

4. Estrategia

Publicidad en anuncios de redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter)
Publicación de contenido formal y atractivo en redes sociales siempre con la liga de enlace al sitio web.
Aparición en anuncios de youtube.

5. Ventas

Tras llegar a la página web, el usuario navegará a través de una o todas las secciones de la página y en cada una de ellas encontrará un servicio potencial a obtener en nuestra marca:

- Asesoría médica.
- Pruebas covid.
- Servicios médicos.
- Seguro médico.

5. Presupuesto

\$60,000 (sujeto a cambio), 80% repartidos proporcionalmente entre cada una de las redes y 20% para los diseñadores que estarán en el plan de marketing en redes sociales.

6. Fidelización

Cookies de publicidad comportamental

7. Tecnología

Dispositivos móviles o de cómputo con acceso a internet.

8. KPI

Cantidad de audiencia
Reacciones a las campañas en redes s.
Desempeño de ventas ofrecidas en el sitio web.