

¿Qué valor aporta?

Lo que aportaría no sería un producto sería un servicio y el valor hacer que estas empresas crezcan y ganen visibilidad en internet

Profundizando con la pregunta los valores que aportaría serian

Aumento de ventas: ayudar a las (pymes) a alcanzar a los clientes potenciales

Ahorro de tiempo y recursos: Le ahorramos a la misma empresa la labor de marketing y por ende tendrán mas tiempo para liderar la empresa a un camino mejor

Resultados medibles: Podremos hacer un análisis de como eran las ventas antes del marketing y cuanto a crecido gracias a mi empresa

Imagen profesional: Le damos mucho énfasis en que la empresa quiera poner cualquier imagen que quiera para alcanzar sus metas

¿Qué necesidades cubre en el mercado?

Visibilidad: Ayuda a que la empresa sea encontrada en internet, tanto por clientes que te nos buscan directamente como por aquellos que aún no te conocen.

Conexión con los clientes: Permite construir una relación más cercana y personalizada con los clientes, entendiendo sus necesidades y preferencias.

Generación de leads: Atrae a posibles clientes interesados en nuestros productos o servicios, convirtiéndolos en clientes reales.

Aumento de las ventas: Impulsar el crecimiento de tu negocio al aumentar las ventas y la rentabilidad.

Mejora de la imagen de marca: Ayuda a construir una marca fuerte y reconocible, diferenciándola de la competencia.

Medición de resultados: Permite evaluar el éxito de tus estrategias de marketing y realizar ajustes si es necesario.

¿Es una empresa que maquila productos o es una empresa que ofrece servicios?

Ya conforme a todo lo que he dicho es una empresa que ofrece servicio para hacer que las empresas crezcan, generas mas dinero, que sean reconocidas etc.

¿Tiene la posibilidad de diversificar sus productos? Incluye datos generales de la empresa.

Por su puesto que si, podemos diversificarlos dependiendo de la decisión del cliente, su presupuesto, el alcance que quiera generar, la calidad, la productividad etc

Por ejemplo planes económicos, semi económicos, planes municipales, planes premium, planes vip etc.

1. Estudio de mercado. Descripción general de los siguientes puntos:

- Clientes potenciales.

Pequeñas y medianas empresas locales: Restaurantes, tiendas, talleres, consultorios médicos, etc. Normalmente necesitan visibilidad en su entorno y nuestra empresa de Marketing puede sacar un gran partido de una buena estrategia digital.

Startups y emprendedores: negocios recién creados que buscan comunicar su producto o servicio, y atraer a sus primeros clientes.

Profesionales independientes: consultores, diseñadores, fotógrafos, etc. quieren comunicar su servicio y conseguir nuevos clientes.

Asociaciones y organismos sin ánimo de lucro: necesitan visibilidad para comunicar sus actividades y conseguir donaciones o voluntarios.

E-commerce: tiendas online que quieren incrementar sus ventas y mejorar su posicionamiento en buscadores.

Empresas de servicios: Plomeros, electricistas, y otros servicios a domicilio que buscan ser encontrados fácilmente en internet.

- Alianzas.

1. Alianzas con Agencias de Publicidad

Podríamos colaborar con agencias de publicidad tradicionales que no ofrezcan servicios digitales. Ellos nos podrían enviarán clientes que necesiten marketing digital, y tú podrías hacer lo mismo con clientes que necesiten publicidad tradicional.

2. Colaboraciones con Desarrolladores Web

Pudiendo asociarnos con empresas o freelances que desarrollen sitios web. Cuando ellos creen una página web para una pyme, podrán recomendar tus servicios de marketing digital para atraer tráfico y mejorar la visibilidad en línea.

3. Partnerships con Plataformas de E-commerce

Podremos trabajar con plataformas de comercio electrónico que ofrezcan servicios a pymes. Podrán incluir nuestros servicios de marketing digital como parte de sus paquetes, ayudando a sus clientes a vender más en línea.

4. Alianzas con creadores de contenido/influyentes de la Localidad

Podríamos colaborar con influencers locales que tengan una audiencia relevante para tus clientes. Ellos podrán promocionar tus servicios y atraer más pymes interesadas en mejorar su presencia digital.

5. Co-branding con Empresas Complementarias

Eh iniciando campañas de co-branding con empresas que ofrezcan productos o servicios complementarios. Por ejemplo, una empresa de diseño gráfico podría colaborar contigo para ofrecer un paquete completo de branding y marketing digital.

6. Asociaciones con Cámaras de Comercio

Podremos asociarnos con cámaras de comercio locales para ofrecer talleres y seminarios sobre marketing digital. Esto te permitirá posicionarte como un experto en el área y atraer nuevos clientes.

7. Colaboraciones con Consultores de Negocios

Podríamos trabajar con consultores de negocios que asesoren a pymes. Ellos podrán recomendar tus servicios de marketing digital a sus clientes como parte de una estrategia integral de crecimiento.

- Competencia.

Nuestra competencia podrían ser las empresas de marketing que no estén en nuestra alianza o en si las mismas pymes que por su propia cuenta quieran hacer el marketing ellos mismos o ya que serian las grandes empresas ya posicionadas

- Proveedores.

Proveedores de Software: Para llevar a cabo nuestras estrategias de marketing digital, nosotros podríamos necesitar herramientas que nos ayuden a gestionar las redes sociales, analizar los datos y automatizar procesos.

Proveedores de Contenidos: Es fundamental colaborar con creadores de contenido como influencers, diseñadores gráficos y videógrafos, de los de getredy whit mi.

Proveedores de Servicios de Hosting: Para alojar las páginas web de los posibles clientes, necesitamos contar con servicios de hosting confiables.

Proveedores de Publicidad: Para gestionar y optimizar las campañas publicitarias de los clientes, podríamos trabajar con plataformas como Google ads y Facebook ads.

Proveedores de Datos: Para entender mejor a nuestra audiencia y planificar nuestras estrategias, necesitaremos acceso a bases de datos y herramientas de investigación de mercado.

Proveedores de Formación y Capacitación: Para mantener a nuestro equipo al tanto de las últimas tendencias y herramientas de marketing digital, consideraremos colaborar con proveedores de formación y capacitación. Plataformas como Coursera, Udemy y LinkedIn Learning ofrecen cursos muy útiles que podrían ayudarnos.

Proveedores de Equipos y Tecnología: Finalmente, para el día a día de nuestra empresa, necesitaremos contar con equipos como computadoras, cámaras y software especializado. Proveedores como Dell, Apple y Adobe serán importantes en este aspecto.