I. Información más valiosa rescatada (Validación de Mercado y Puntos de Dolor)

1. Validación de la Demanda y Concentración del Público Objetivo

• Existe una **alta demanda** de servicios de asesoramiento en marketing digital: el **77.81%** de las pymes encuestadas considera importante contratar estos servicios.

• Las pymes se concentran principalmente en los sectores de **Comercio**, **Servicios en general** y **Manufactura** en Quito.

• La mayoría de las pymes tienen claro su segmento de mercado (especialmente si es B2B). Por lo tanto, el servicio debe enfocarse en la **ejecución y los resultados**, más que en la identificación del segmento.

2. El Techo de Inversión (Punto de Dolor Financiero)

• La pyme promedio tiene un **presupuesto de marketing digital muy limitado**. El **62.66%** de las pymes invierte solo entre el **1% y el 20%** de su presupuesto total de marketing en publicidad digital.

• La **inversión mensual ideal** que las pymes están dispuestas a destinar a publicidad digital se encuentra mayoritariamente en el rango de **$101 a $500** (cubriendo el 51.96% de la muestra).

• Las principales razones para la baja inversión son la **percepción de costo elevado** en acciones digitales y el **desconocimiento** de estos medios.

3. Resultados Deseados y Valoración del Servicio

• Las pymes valoran más que el servicio logre el **cumplimiento de objetivos** y que sea **personalizado**.

• Los principales beneficios esperados de las campañas son: dar a conocer los **beneficios del producto/servicio**, obtener **reconocimiento en el mercado** y un **incremento en ventas**.

4. La Informalidad y la Necesidad de Simplificación

• Existe un **alto grado de informalidad** en el comercio electrónico ecuatoriano: el **41%** de los encuestados no tiene RUC y el **58%** no factura sus ventas electrónicas.

• El **78%-79%** de los encuestados cree que la **formalidad representa un costo** para el negocio.

• El **95%** de las personas cree que hace falta **simplificar la normativa** vigente del comercio electrónico.

--------------------------------------------------------------------------------

II. Lo que debemos mejorar y reforzar

La estrategia debe centrarse en **abordar directamente las limitaciones de presupuesto** (con la Alianza Cero Inversión) y **la falta de especialización** percibida en el mercado (con la Auditoría SEO).

1. Reforzar en la Alianza Exclusiva (Cero Inversión)

Esta propuesta ya aborda la principal barrera financiera, pero debe reforzarse enfatizando su **alto valor percibido** frente al bajo presupuesto de las pymes:

|  |  |
| --- | --- |
| Estrategia de Refuerzo | Fundamento en las Fuentes |
| **Enfatizar la Absorción del Riesgo Inicial** | La mayoría de las pymes son **sensibles al precio** y su inversión es limitada. Absorber la inversión inicial contrarresta directamente la percepción de que la digitalización es "costosa". |
| **Justificar el Costo Mensual ($500 USD)** | Su cuota de $500 USD se alinea con el **límite superior** de lo que el 51.96% de las pymes están dispuestas a invertir mensualmente. Debe justificar que este precio incluye **SEO continuo** y **plataforma completa**, mientras que otros competidores cobran $450-$650 por paquetes básicos de community management, web y correos. |
| **Prometer Resultados Específicos** | La pyme valora el **cumplimiento de objetivos** y el **incremento en ventas**. Su comunicación debe centrarse en: "Cumplimiento de objetivos" (la característica más valorada) y "Reconocimiento/Ventas" (los beneficios más buscados). |
| **Posicionamiento Experto y Especializado** | Se debe insistir en que el servicio es **especializado y personalizado**, ya que existe una **escasa competencia** especializada en metodologías completas (como Inbound marketing). |

2. Reforzar en la Auditoría SEO y Rediseño Web Profesional

Este servicio es ideal para empresas que ya tienen infraestructura (webs y redes sociales son los medios más usados) pero necesitan **optimización técnica y resultados medibles** (lo que el SEO proporciona continuamente).

|  |  |
| --- | --- |
| Estrategia de Refuerzo | Fundamento en las Fuentes |
| **Enfoque en ROI y Sostenibilidad** | Debe posicionarse como una **inversión continua** con **retorno mucho mayor a largo plazo**, no como un gasto, un punto que es clave en la mentalidad SEO. |
| **Énfasis en Corrección Técnica Profunda** | La auditoría debe resaltar que aborda **errores técnicos** y de contenido que los competidores que solo ofrecen servicios de *Community Manager* o creación web básica no cubren. Esto es crucial ya que el SEO requiere **análisis técnico avanzado**. |
| **Venta de Posicionamiento Lógico** | El posicionamiento en la primera página de Google es **vital** para llegar al público objetivo, ya que el **81% de los compradores utilizan Google para sus búsquedas**. Su propuesta de valor debe vincular directamente la auditoría con la visibilidad en el buscador más utilizado. |

--------------------------------------------------------------------------------

III. Oportunidades de Mejora y Mitigación de Amenazas

La principal debilidad identificada es la falta de base de datos de clientes directos y las dificultades para atraerlos. La mayor amenaza es el bajo presupuesto del cliente y su sensibilidad al precio.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Área de Mejora | Acción Sugerida (Basada en Fuentes) | Objetivo Estratégico |
| **Atracción de Clientes y Generación de Leads** | Reforzar la **creación de contenido de valor** mediante un **blog educativo** y usar canales digitales clave (Páginas web, Facebook, LinkedIn, Email) para **educar a las pymes en herramientas y estrategias**. | Mitigar las **dificultades para atraer clientes** y demostrar la **especialización**. |
| **Propuesta de Valor Simplificada** | Alinear la comunicación para mostrar que la inversión digital **no es un "costo" sino una solución a la informalidad**. Aunque no se ofrezca asesoría legal, se puede posicionar la plataforma profesional como el camino para el **crecimiento rentable, sostenible y escalable**. | Mitigar la creencia del cliente de que la formalidad es un costo, y aprovechar la necesidad del 95% de simplificar la normativa. |
| **Proceso de Venta (Mix de Marketing)** | Se debe utilizar una **estrategia *push*** al ser una empresa nueva, combinando **venta personal** (acercamiento a gremios y ferias) con **publicidad online**. Esto compensa la falta de una base de datos directa. | Aumentar el **alcance** en el mercado B2B (Comercio, Servicios, Manufactura). |
| **Fidelización del Cliente** | Implementar activamente estrategias de **seguimiento post-servicio** y **contenido de interés**. Se debe enfatizar la **fase de deleite** del servicio, ya que el 36% de las pymes no realiza acciones de fidelización y esta es una **oportunidad de involucramiento estratégico**. | Garantizar la **renovación de contratos** (se recomienda negociar planes semestrales o anuales) y el **crecimiento sostenible**. |

RESUMEN DE 2 PÁGINAS

Estructura para Página Pilar: Servicios de Posicionamiento

Pestaña 1: Auditoría SEO y Rediseño Web Profesional

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Elemento | Contenido Principal (Para el Tab) | Citas de Origen |
| **Título del Servicio** | **Auditoría SEO y Rediseño Web Profesional** |  |
| **Propuesta Central** | Descubra cómo **mejorar su visibilidad en buscadores** y **convertir más visitantes en clientes**. Es un servicio integral que analiza, optimiza y mejora su presencia digital para obtener resultados reales. |  |
| **Inversión** | Inversión desde: **$1,250** |  |
| **Enfoque y Metodología** | Se aplica una metodología que combina **análisis técnico avanzado** con estrategias de contenido efectivas para posicionar su sitio en los primeros resultados. Se evalúan **más de 200 factores técnicos y de contenido** para identificar problemas que afectan la visibilidad. |  |
| **Beneficios Clave** | 1. **Mayor Visibilidad** (aparecer en primeros resultados). 2. **Más Tráfico Calificado** (visitantes interesados). 3. **Mayor Tasa de Conversión** (diseño optimizado para acción). 4. **Identificación de errores técnicos** (rastreo, indexación). |  |
| **Llamada a la Acción** | Obtenga un análisis detallado de su sitio web. **Obtenga una auditoría SEO gratuita** sin compromisos ni tarjeta de crédito requerida. |  |
| **Botón** | Conocer más |  |

Pestaña 2: Tu Alianza Exclusiva para Crecer Sin Inversión Inicial

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Elemento | Contenido Principal (Para el Tab) | Citas de Origen |
| **Título del Servicio** | **Tu Alianza Exclusiva para Crecer Sin Inversión Inicial** |  |
| **Propuesta Central** | Es una sociedad estratégica que **construye su *ecommerce*** y **posiciona su marca en Google**, eliminando barreras financieras *upfront*. Asumimos el desarrollo con **SEO continuo**, convirtiendo tráfico en ventas. |  |
| **Modelo de Inversión** | **Inversión Inicial Cero**. El socio asume el desarrollo (valorado desde **$1,550 USD**) que incluye sitio *ecommerce* (30 productos), dominio, *hosting* 24 meses, fotos profesionales y estudio de mercado. |  |
| **Pago Recurrente** | Desde **$500 USD mensual por 24 meses**. |  |
| **Pilares / Beneficios Clave** | 1. **Elimina Barreras Financieras** (sin riesgos *upfront*). 2. **Lanzamiento rápido** con *ecommerce* listo para 30 productos. 3. **Crecimiento Sostenible** con base sólida. 4. **Clientes Cualificados** (atrae el tipo de clientes que necesita). 5. **Máximo ROI** (optimización de recursos). |  |
| **Orientado a** | Artesanos, independientes y pymes. |  |
| **Llamada a la Acción** | **Elimina barreras financieras y comienza a vender**. Agenda ahora y adaptemos esta estrategia. |  |
| **Botón** | Conocer más |  |

--------------------------------------------------------------------------------