

Implementación de una estrategia de marketing digital para impulsar las ventas de los restaurantes locales

Daniel Andres Cuartas Arango

Ingeniería en Sistemas y Computación, Universidad de Caldas

daniel.1701523670@ucaldas.edu.co



Planteamiento del problema y justificación

¿Cómo puedo mediante el marketing digital aumentar las ventas de los restaurantes en mi ciudad?

Se quiere con este proyecto aumentar las ventas de los restaurantes locales, El marketing efectivo se trata de cómo producir una salida de bienes y servicios que se producen en un mecanismo de proceso de producción llevado a cabo por la empresa, de modo que los productos y servicios producidos puedan ser aceptados por la comunidad de acuerdo al nivel de sus necesidades[1].

Objetivo

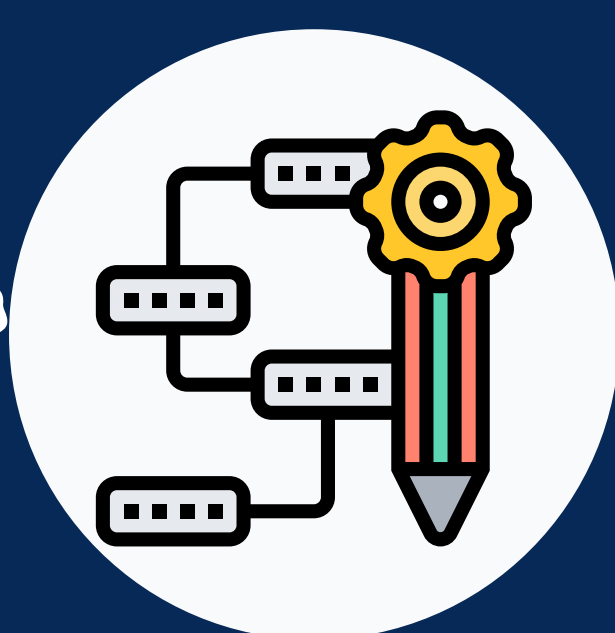
Ofrecer una experiencia alternativa basada en una estrategia de marketing digital donde se logre una relación efectiva a través de la propuesta de valor con el publico objetivo para incrementar los ingresos de los restaurantes

Metodología



[2]

Recolección de datos:
Entrevistas, encuestas,
focus group



Diseño estrategia de
marketing



Levantamiento de
requerimientos del
software



[3]

Desarrollo
Se utilizara SCRUM
como metodologia



Socialización de los
resultados



Ajustes en estrategia de
marketing digital



[4]

Análisis de resultados con
SPSS



Despliegue App

Resultados

Dependiendo del éxito de la investigación y la ejecución del plan estratégico se posicionara una aplicación móvil con la idea de ser una aplicación que reuna toda la información referente a los servicios ofrecidos en los restaurantes de la ciudad.

Indicadores de logro:

1 artículo científico, 1 ponencia en un evento nacional, 1 solicitud de registro del prototipo de una aplicación móvil

[1] Fadli, M., Heriyanto, M., & Othman, L. (2021). The Effect of Pricing and Promotion on Consumer Purchase Decisions of Suzuki CEnrichment : Journal of Management, 12(1), 127-134. Retrieved from <https://www.enrichment.iocspublisher.org/index.php/enrichment/article/view/170>

[2] Shuttleworth, M. (Junio de 2018). Explorable. Obtenido de <https://explorable.com/es/disenio-de-la-investigacion-cualitativa>

[3] Deemer, P., Benefield, G., Larman, C., & Vodde, B. (2009). Información básica de SCRUM. California: Scrum Training Institute.

[4] Bausela, E. (2005). SPSS: Un instrumento de análisis de datos cuantitativos. Revista de informática educativa y medios audiovisuales, 2(4), 62-69.