



PLA DE MÀRQUETING DIGITAL

AUTOR: JESÚS LÓPEZ SANTOS

PROFESSOR: JOAN MORALES ALCUDIA

# MATRIU DAFO



## Debilidades

- Falta d'experiència al sector (Muy Importante)
- Marca desconeguda per al mercat (Importancia Media)
- Escassetat de recursos financers (Importancia Crucial)
- No hi ha una direcció estratègica clara (Importancia Crucial)



## Amenazas

- Competència més formada i desenvolupada (Importancia Media)
- La competència és referent al mercat (Muy Importante)
- Augment de la competència (Importancia Media)
- Crisis econòmica venidera (Importancia Media)



## Fortalezas

- Bon servei d'atenció al client (Muy Importante)
- Única empresa local amb productes 100% sense gluten ni lactosa (tot a la vegada) (Importancia Crucial)
- El preu del lloguer del local és baix (Muy Importante)
- Excel·lent ubicació (Importancia Crucial)
- Pla estratègic de marketing digital millor que el de la competència (Muy Importante)



## Oportunidades

- Possibilitat de sol·licitar ajudes públiques (Muy Importante)
- Major consciència y detecció del celiaquisme i la intolerància a la lactosa (Muy Importante)
- Més concienciació per l'alimentació saludable (Muy Importante)
- No es fa venda online al sector i podríem ser els primers (Muy Importante)
- Horaris de la competència insuficients (Muy Importante)

# CONCLUSIONS MATRIU DAFO

1. No hi ha cap pastisseria/cafeteria que sigui referent online professionalitzada a Lleida.
2. Manca d'experiència empresarial al sector que la competència sí té.
3. La demanda d'aquest tipus de productes va en augment i hi ha mercat suficient.
4. Tenim un producte únic i de qualitat.
5. Ningú fa venda online a Lleida, i podem ser els pioners del sector.
6. Manca de flexibilitat horària de la competència.
7. Ubicació del local físic excel·lent. El de la competència està força apartat.
8. Limitació financera.

## OBJECTIU GENERAL

**“Aconseguir el millor posicionament orgànic a les cerques de pastissos sense gluten ni lactosa a la ciutat de Lleida, per a la data del 30/6/2020”**

## OBJECTIUS ESPECÍFICS

- 1. “Situar-nos entre els 3 primers llocs en la cerca a través de Google a la ciutat de Lleida per a articles sense gluten ni lactosa, per a la data del 30/6/2020”**
- 2. “Realitzar el primer encàrrec per la web, abans del 30/6/2020”**
- 3. “Crear una base de clients i realitzar accions de fidelització, abans del 31/8/2020”**

# ESTRATÈGIA DE MÀRQUETING DIGITAL

SEM vs SEO: canals propis amb contingut original i de valor.

Definició d'objectius i reestructuració en l'ús de cada xarxa social.

Creació d'un blog i definició de continguts.

Creació d'una web eCommerce amb venda online.

Definició del Customer Journey Map i les accions pertinents per nivells.

Creació d'una Newsletter i emails promocionals automatitzats.

Altres accions: ofertes i promocions, concursos i tallers.

# CALENDARI D'ACCIONS GENERALS

2020					
Setmana	Acció	Inici	Finalització	Assignació responsabilitat	Objectiu digital
1	Treballs apertura local	2019-17/1/2020		Autònoma	-
	Creació continguts XXSS	2019-10/1/2020		Marketer	Branding / Leads / SEO
2	Llançament del blog. 1ª publicació	06/01/2020		Marketer	Branding
	Creació de BBDD amb leads del blog	Setmanes 2-27		Marketer	Leads
3	Publicacions XXSS	tota la setmana		Marketer	Branding / Leads / SEO
	Inauguració botiga física	17/01/2020		Autònoma	-
4	Publicacions XXSS	totes les setmanes de l'any		Marketer	Branding / Leads / SEO
14	Inici creació eCommerce (nom, domini, hosting, CMS)	Setmanes 14-16		Marketer	Branding / Leads / SEO / Vendes
15	Creació eCommerce (Personalització productes, diss	Setmanes 15-24		Marketer	Branding / Leads / SEO / Vendes
	Definició de l'estratègia digital fins a finals de 2020	Setmana 15		Marketer	Estratègic
25	Creació eCommerce (Mètodes de pagament)	Setmana 25		Marketer	Vendes
26	Creació eCommerce (Proves)	Setmana 26		Marketer	Branding / Leads / SEO / Vendes
27	1ª venda eCommerce	Setmana 27		Marketer	Vendes
	Integració BBDD blog amb eCommerce	Setmana 27-36		Marketer	Leads / Vendes / Retenció i fidelització
28	Creació contingut Newsletter i maquetació	Setmanes 28-35		Marketer	Vendes / Retenció i fidelització
36	Enviament 1ª Newsletter a BBDD	31/08/2020		Marketer	Vendes / Retenció i fidelització
37	Per definir	Setmanes 37-53		Marketer/Autònoma	-

## CALENDARI D'ACCIONS FACEBOOK, INSTAGRAM I BLOG

- Estratègia integral de contingut pensada pel Blog, Facebook i Instagram.
- 3 publicacions setmanals, combinant les franges de 10h, 13h, 17h i 19h en dilluns, dimecres i divendres una setmana, i dimarts, dijous i dissabte la següent, durant 3 mesos.
- Contingut: Informació corporativa, articles d'interès, concursos, receptes, imatges de producte, ofertes i promocions, novetats i tallers amb clients.

## CALENDARI D'ACCIONS WEB ECOMMERCE I NEWSLETTER

- Web: creació en 3 mesos (entre setmana 14 i 27)
- Newsletter: creació en 2 mesos (entre setmana 28 i 36)

# PRESSUPOST DE MÀRQUETING DIGITAL

Despeses													
2020	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Total
<b>Software</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	20,00	20,00	20,00	20,00	80,00
CRM (gratuito)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
Analíticas (GA) (gratuito)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
Automatización de marketing	-	-	-	-	-	-	-	-	20,00	20,00	20,00	20,00	80,00
<b>Herramientas de publicación</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Plataforma de blog (gratuito)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
Redes sociales (gratuito)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
<b>Servicios</b>	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00
Suscripción banco de imágenes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,00
Alojamiento web (hosting)	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00
<b>Trabajadores independientes</b>	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	4.440,00
Marketer autónomo	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	4.440,00
<b>TOTAL</b>	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	420,00	420,00	420,00	420,00	4.880,00

Ingresos													
2020	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Total
<b>Ventas online</b>	-	-	-	-	-	25,00	100,00	100,00	200,00	250,00	350,00	450,00	1.475,00
Tallers	-	-	300,00	-	300,00	-	-	-	300,00	-	-	300,00	1.200,00
<b>TOTAL</b>	0,00	0,00	300,00	0,00	300,00	25,00	100,00	100,00	500,00	250,00	350,00	750,00	2.675,00

Resultat d'explotació de marketing digital													
2020	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Total
<b>Ingresos</b>	0,00	0,00	300,00	0,00	300,00	25,00	100,00	100,00	500,00	250,00	350,00	750,00	2.675,00
<b>Despeses</b>	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	420,00	420,00	420,00	420,00	4.880,00
<b>Resultat</b>	-400,00	-400,00	-100,00	-400,00	-100,00	-375,00	-300,00	-300,00	80,00	-170,00	-70,00	330,00	-2.205,00

**ROI = - 45,1844%**

**ROAS = 0,3022**



# MECANISMES DE CONTROL

Acció	Resp. Seguiment	Indicador de control	Revisió	Calendari
<b>Blog</b>	Marketer	- Sessions totals, usuaris, nº pàgines visualitzades úniques, pàgines per sessió, leads, fonts dels leads, sessions per (fonts, canals socials, dispositius i campanyes)	Setmanalment, i un informe mensual i trimestral amb acumulats	Cada dilluns
<b>Facebook</b>	Marketer	- Nº de fans, abast orgànic, nivell d'interacció, accions a la pàgina, clics en el call to action, clics al lloc web, índex resposta a Fb Messenger, temps de resposta a Fb Messenger	Setmanalment, i un informe mensual i trimestral amb acumulats	Cada dilluns
<b>Instagram</b>	Marketer	- Nº de seguidors, abast de les publicacions, nº d'impressions, visites al perfil, publicacions més destacades	Setmanalment, i un informe mensual i trimestral amb acumulats	Cada dilluns
<b>Ofertes i promocions</b>	Marketer	- Iguals que a Facebook, Instagram i blog, que és on es publicitarà	Al finalitzar cada acció específica	Dia després finalització
<b>Concurs</b>	Marketer	- Iguals que a Facebook, Instagram i blog, que és on es publicitarà	Al finalitzar cada acció	Dia després
<b>Tallers</b>	Marketer	- Iguals que a Facebook, Instagram i blog, que és on es publicitarà	Al finalitzar cada acció específica	Dia després finalització
<b>Web</b>	Marketer	- Sessions totals, usuaris, nº pàgines visualitzades úniques, pàgines per sessió, leads, fonts dels leads, sessions per (fonts, canals socials, dispositius i campanyes)	Setmanalment, i un informe mensual i trimestral amb acumulats	Cada dilluns
<b>Newsletter</b>	Marketer	- Taxa d'obertura, taxa de clics, taxa de rebots, nº total d'obertures, nº clics, cancelacions, reexpedits, demandes d'abús (spam), enllaços principals en que s'ha fet clic, ubicacions principals	Per a cada newsletter, i informe mensual i trimestral amb acumulats	Cada dilluns

# CONCLUSIONS

- Viabilitat econòmica: Mitjans propis.
- Fàcil implementació un cop definida l'estrategia, inclús per la pròpia autònoma.
- Calendarització efectiva i integral de xarxes + creació de blog per posicionament SEO.
- Possibilitat d'afegir web pròpia eCommerce + newsletter.
- Repercussió directa en les vendes.

The background is a gradient of blue, transitioning from a lighter shade at the top to a darker shade at the bottom. In the four corners, there are decorative elements consisting of thin, light blue lines that resemble circuit traces or fiber optic paths, ending in small circles.

GRÀCIES PER LA SEVA  
ATENCIÓ