

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



PLAN DE MARKETING DIGITAL BIKE ELEVATE

TRABAJO DE GRADO

JUANITA CARDONA PINEDA  
MARIA CAMILA OCAMPO LOZANO

BOGOTÁ D.C, COLOMBIA

2017

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



PLAN DE MARKETING DIGITAL BIKE ELEVATE

TRABAJO DE GRADO

JUANITA CARDONA PINEDA

MARIA CAMILA OCAMPO

TUTOR: JUAN MANUEL MENDEZ NAVAS

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTÁ D.C

2017

## TABLA DE CONTENIDO

GLOSARIO.....	6
RESUMEN.....	7
ABSTRACT .....	8
1. PRESENTACIÓN DE LA AGENCIA DIGITAL.....	9
2. CONTEXTO .....	9
2.1 Empesarial y del sector .....	9
2.2 Digital.....	11
3. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO NUEVO .....	12
4. OBJETIVOS DEL PLAN DIGITAL.....	13
5. DEFINICIÓN DE MERCADO OBJETIVO .....	14
5.1 Demográfico:.....	14
5.2 Geográfico.....	15
5.3 Psicográfico.....	15
5.4 Conductual .....	15
6. FLOW DE MEDIOS .....	15
6.1 Google:.....	17
6.2 Facebook:.....	19
6.3 Instagram .....	21
6.4 Banners en sitios especializados .....	23
6.5 Página web y blog .....	24
6.6 Community manager .....	25
7. INDICADORES DE SEGUIMIENTO, KPI'S DE LA CAMPAÑA.....	26
7.1 Según el medio.....	26
7.2 Por objetivo.....	26
8. BIBLIOGRAFÍA.....	28

## TABLA DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1.</i> Logo corporativo agencia digital.....	9
<i>Ilustración 2.</i> Camiseta Play Elevate .....	13
<i>Ilustración 3.</i> Presupuesto semestral para plan de mercadeo digital .....	17
<i>Ilustración 4.</i> Ejemplo de anuncio publicitario en motor de búsqueda .....	18
<i>Ilustración 5.</i> Ejemplo de anuncio publicitario en Facebook .....	20
<i>Ilustración 6.</i> Ejemplo <i>fan page</i> en Facebook .....	21
<i>Ilustración 7.</i> Ejemplo de anuncio en Instagram .....	22
<i>Ilustración 8.</i> Ejemplo <i>fan page</i> Instagram.....	23
<i>Ilustración 9.</i> Ejemplo banners .....	24
<i>Ilustración 10.</i> Ejemplo página web .....	25

## GLOSARIO

1. **SEO:** (Search engine organic) Es el proceso de mejorar la visibilidad de una página web en los resultados orgánicos de los motores de búsqueda.
2. **SEM:** (Search Engine Marketing). Es el proceso de mejorar la visibilidad de una página web por medio de anuncios pagados en motores de búsqueda.
3. **Community manager:** Es la persona encargada de administrar los canales de medios de comunicación digitales de una empresa.
4. **Keywords:** Son las palabras clave necesarias para la implementación de un anuncio en el motor de búsqueda.
5. **Fan page:** Es la página oficial de una empresa en redes sociales.
6. **Engagement:** Es la capacidad que tiene una empresa de crear relaciones con sus clientes a través de sus distintas plataformas.
7. **Dominio:** Es el url que tiene una organización en internet para su página web.

## **RESUMEN**

En un ambiente económico que se encuentra completamente saturado de publicidad y donde los consumidores son cada vez menos fieles a las marcas, es necesario sobresalir en otras plataformas que estén más acordes a las tendencias actuales. Por esta razón, es indispensable que las compañías tengan presencia a nivel digital y realicen planes estratégicos especiales para este medio. El objetivo de este trabajo es realizar un plan de mercadeo digital aplicando todos los conocimientos vistos para una empresa, teniendo en cuenta costos, presupuesto y demás variables que pueden afectar el desarrollo del mismo.

### **Palabras clave**

Marketing digital, internet, redes sociales, posicionamiento, plan de mercadeo, campaña publicitaria.

## **ABSTRACT**

In an economic environment that is completely saturated with advertising and where consumers are less loyal to brands, it is necessary to stand out in other platforms that are more related with current trends. For this reason, it is essential that companies have a digital presence and make special strategic plans for this medium. The objective of this work is to make a digital marketing plan applying all the knowledge seen for a company, taking into account costs, budget and other variables that can affect the development of it.

### **Keywords**

Digital marketing, internet, social networks, positioning, marketing plan, advertising campaign.

## 1. PRESENTACIÓN DE LA AGENCIA DIGITAL



*Ilustración 1.* Logo corporativo agencia digital

Fuente: Elaboración propia

Inside es una agencia bogotana fundada en 2017 la cual está enfocada en la gestión, desarrollo y manejo de planes de mercadeo digital con el fin de que sus clientes logren potenciar sus marcas y por ende incrementar sus ventas. Contamos con un equipo apasionado por las nuevas tecnologías y lleno de buenas ideas para satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Trabajamos con amor y nos enfocamos en la publicidad interesante, inspiradora y que involucre a la mayor cantidad de personas mostrándoles no productos, sino experiencias.

## 2. CONTEXTO

### 2.1 Empresarial y del sector

Bike Elevate es una compañía Colombiana, cuyo dueño es Nairo Quintana, dedicada a la comercialización de bicicletas para toda la familia y de todo tipo (bicicross, playeras, infantiles, de ruta, todo terreno, de competencia y mucho más) así como también de todos los accesorios que se necesiten para el uso de estas. Los productos que la marca ofrece son para todo tipo de nivel socioeconómico pues según el presupuesto, estos se adaptan a las necesidades del cliente.



Actualmente la empresa posee una página web básica alojada en un servidor gratuito lo que conlleva a que dentro de ella aparezca publicidad de la plataforma donde se realizó, que el dominio no sea de fácil recordación e incluya el nombre de la aplicación que se utilizó para desarrollarla. Por esta razón no es adecuada para una empresa que quiera posicionarse en el mercado pues no es atractiva para los consumidores y le quita empoderamiento a la compañía sobre sus medios propios. Así mismo, Bike Elevate no tiene presencia en redes sociales y su incursión en los medios digitales es nula debido a que sus ventas las realiza en tienda propia.

Ahora bien, para entender el potencial que Bike Elevate tiene en el mercado es necesario analizar la situación actual de Colombia en cuanto al tema de movilidad en bicicletas, y más concretamente en Bogotá.

Hoy en día el mercado mundial y nacional se ha venido concientizando cada vez más sobre el uso de transporte amigables con el medio ambiente, así como de la vida saludable y la importancia de hacer deporte. Esto ha generado que los hábitos de transporte de los colombianos se estén modificando y que el mercado de las bicicletas esté “estimado en más de \$300.000 millones, con ventas anuales entre 1 y 1,2 millones de unidades y tasas de crecimiento de dos dígitos en los últimos años”. (Portafolio, 2015)

Adicionalmente, el 26 de octubre del 2016 el gobierno colombiano sancionó la ley 1811 del 2016 llamada ‘Probici’, la cual consiste en promover el uso de la bicicleta como medio de transporte principal a través de ciertos incentivos. En cuanto al sector público se determinó que los funcionarios pueden llegar a recibir medio día libre de trabajo por cada 30 viajes que realicen en bicicleta para llegar a sus puestos de trabajo. También se establecen mejoras a la infraestructura de las ciclo rutas y el posible uso de comportamientos especiales para personas que se movilicen en este medio cuando usen otro tipo de transporte. (El Tiempo, 2016)

Por su parte, Bogotá, la ciudad donde está ubicado el punto de venta de la compañía, se muestra como el mejor mercado interno en el país para bicicletas, ya que, según El Espectador, en Latinoamérica Bogotá es la ciudad que cuenta con una mayor cantidad de kilómetros en ciclo ruta y donde sus ciudadanos se movilizan más en bicicleta. (El Espectador, 2015) Además de

esto, el alcalde de Bogotá Enrique Peñalosa, es constante impulsador de que los ciudadanos usen la bicicleta como medio de movilidad sostenible, lo cual reafirma la idea que el mercado de bicicletas está aumentando y tienen un fuerte apoyo detrás debido a todas las ventajas que conlleva versus el uso de carros o transporte público masivo.

Hablando de datos específicos, según la Encuesta de Percepción ciudadana realizada por la organización Bogotá Como Vamos en el año 2016, el 8% del total de los habitantes de la capital usan la bicicleta como medio principal de movilidad, es decir, de un total de 8.076.543 de personas, 646.123 tienen esta característica. De este grupo, el 83% está satisfecho con ella y con las facilidades que se brinda en la ciudad, lo que en número representan 536.282 habitantes. En cuanto a las edades en las cuales se usan con mayor frecuencia este medio de transporte, el 59,45%, es decir 384.120 habitantes se encuentran entre 18 y 35 años de edad. Así mismo, teniendo en cuenta el total de la población de Bogotá, el 40% usa al menos una vez al mes este medio de transporte, esto son 3.230.617 individuos. (Bogotá como vamos, 2016)

Por esta razón puede deducirse que el mercado está en expansión y que va a seguir creciendo por un tiempo considerable. Mientras esto sucede la oportunidad de negocio que se puede abarcar es bastante grande y Bike Elevate puede explotarlo. Sin embargo, no es la única que logra ver las posibilidades que puede haber en el comercio de bicicletas, por lo cual ya tiene competencia destacada como lo son: Huffly Bicycles, Cornelia Bicis, Stl Bikes y Smile Bikes.

## **2.2 Digital**

En el aspecto digital podemos destacar la gran evolución tecnológica que ha vivido la humanidad en los últimos 100 años. Desde ese entonces hemos adaptado nuestra vida social, profesional y personal a este fenómeno mundial y pasamos a determinar nuestra era como “digital”. Según la revista Dinero realizado en el 2016, el 75% de la población colombiana accede a la red al menos una vez en el mes. Adicionalmente, más del 60% tienen acceso a internet, es decir alrededor de 23 millones de personas, cifra que espera que aumente en el 2025 cuando se llegue a un estimado de 34 millones. (Dinero, 2016) Lo que se demuestra es que las

condiciones tecnológicas del país han ido evolucionando y que cada día es más importante el acceso a internet. Esto debido a que se ha evidenciado que es un medio el cual le permite al usuario estar conectado con el mundo, saber que pasa en diferentes países o en su propia ciudad, y a la vez tener una vida social.

Por esta razón, surge la publicidad digital “como una herramienta que se adecua a las necesidades inmediatas del mercado”, (Vargas Niño, 2009) la cual tiene la misma función de dar a conocer productos y/o servicios de empresas y demás, pero en un ambiente completamente virtual. Dado que las condiciones son diferentes, los medios a través de los cuales se hace este tipo de marketing son diferentes y su forma de usarlos también. “La publicidad en la red facilita las relaciones con los clientes, la creación de ciber-marcas, proporciona servicios al consumidor, genera ventas electrónicas de artículos y servicios, envía eficientemente mensajes de marketing a la audiencia adecuada y logra crear una personalización de servicios”. (Meeker, 2001) Adicionalmente, se pueden tener mediciones más concretas sobre las campañas realizadas, el costo es mucho menor en comparación con la publicidad tradicional y se realizan más rápido.

Todo lo anterior es para brindarle al lector una perspectiva más amplia de las posibilidades que tienen los medios digitales para llegarle al consumidor de una forma más efectiva y mejor.

### **3. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO NUEVO**

El señor Nairo Quintana contactó a nuestra compañía *Inside* con la intención de solicitar un plan de medios digital para su nuevo producto, la innovadora *Play Elevate*. Este producto es un nuevo ítem en su portafolio, por lo cual requieren de un adecuado lanzamiento.

*Play Elevate* es una camiseta elástica hecha a la medida que absorbe el sudor que se genera al montar bicicleta, generando así seguridad, tranquilidad y comodidad en el uso de ella. Pensado para facilitar la vida del consumidor, el producto cuenta con material textil suave y delgado que se ajusta al cuerpo sin ser percibido, y permite el uso de cualquier prenda encima necesaria para el uso cotidiano. Este producto promete revolucionar la industria, dándole la posibilidad a las

personas de desplazarse con mayor comodidad en su bicicleta, y a su vez fomenta el uso de la misma. Con el producto se podrá cambiar el estilo de vida a uno mucho más saludable que genera disminución en el gasto de dinero destinado al uso del transporte convencional.

Las siguientes imágenes de muestran el prototipo del producto, el cual viene en presentación para hombre y mujer. Adicionalmente pueden comprarse de diversos colores, incluyendo el tono piel.



*Ilustración 2.* Camiseta Play Elevate

Fuente: Elaboración propia

#### **4. OBJETIVOS DEL PLAN DIGITAL**

Teniendo en cuenta el motivo por el cual la empresa a cargo de Nairo Quintana contrató a Inside para el lanzamiento de su nuevo producto a través de medios digitales se pudieron establecer los siguientes objetivos.

- **Posicionar la marca:** Uno de los principales objetivos de este plan digital es que Bike Elevate comience a ser reconocida en el sector y crezca día a día tanto en ventas como en participación de mercado.
- **Incrementar el consumo** de los productos de la marca BIKE ELEVATE del señor Nairo Quintana, enfocándose en el nuevo producto PLAY ELEVATE para evitar el sudor de camino a tu lugar de destino.
- **Generar clientes potenciales:** A través del uso del Inbound marketing, el uso de los medios digitales y las pautas publicitarias en estas plataformas, se podrá tener un alcance mucho más amplio y por ende llegarles a esos clientes estratégicos que realmente están interesados en los productos de la compañía.
- **Incrementar el tráfico de la web** con el fin de que se gestione el SEO de la página y Google empiece a destacar la marca en el momento en que se busquen palabras relacionadas a la empresa o los productos, de esta manera se tendrá la posibilidad de alcanzar mayor cantidad de personas y así mayor cantidad de posibles clientes.
- **Fidelizar clientes,** por medio de nuestra presencia en medios digitales de una manera más disciplinada y constante el consumidor se sentirá más confiado y seguro de la empresa y esto generará que sea un consumidor de nuevo y/o genere un buen voz a voz que logren incrementar las ventas.

## 5. DEFINICIÓN DE MERCADO OBJETIVO

Teniendo en cuenta el producto que va a salir al mercado, el consumo de medios digitales en la población Colombia y el contexto en el cual se encuentra la compañía, el mercado objetivo del plan de medios digital tendrá las siguientes características.

### 5.1 Demográfico:

En cuanto al aspecto demográfico, el plan digital a desarrollar se enfocará en mujeres y hombres entre 18 y 35 años de edad que se encuentren en un nivel socioeconómico medio y alto,

los cuales pueden ser estudiantes universitarios o empleados que generen ingresos propios. La campaña irá dirigida a los dos géneros, pues, aunque son los hombres quienes más usan la bicicleta como transporte, las mujeres están empezando a adquirir este tipo de hábitos.

## **5.2 Geográfico**

El target será el mercado colombiano, con enfoque en Bogotá dado que es la ciudad donde más se usa la bicicleta. Sin embargo, se tendrán envíos a todo el país con el fin de ir expandiendo la marca a nivel nacional por lo cual este aspecto puede ir ampliándose con el tiempo.

## **5.3 Psicográfico**

Personas que usan la bicicleta como su principal medio de transporte, o al menos lo usan una vez a la semana para ir a sus lugares de estudio y/o trabajo. Les gusta el aire libre, hacer ejercicio y la eficiencia de poder transporte de una forma que ahorra trancones y estrés. Se están influenciando por toda la nueva ola de la movilidad sostenible y el uso de la bicicleta para favorecer al medio ambiente aparte de su salud personal y el estilo de vida saludable. También les gusta oler bien y les preocupa el sudor que puedan generar al momento de usar la bici.

## **5.4 Conductual**

Personas que buscan un producto de buena calidad, duradero, de uso frecuente, que se fijan en el nombre de la compañía y si les da o no confiabilidad.

# **6. FLOW DE MEDIOS**

La campaña a realizar para la compañía Bike Elevate consistirá en usar como imagen de marca al dueño de la compañía, el señor Nairo Quintana debido a su gran reconocimiento tanto a

nivel nacional como internacional en el ciclismo. Adicionalmente, es un personaje reconocido con su entrega en lo que hace, disciplina y constancia, valores que influyen positivamente a los consumidores.

El mensaje central será el lanzamiento del nuevo producto mostrando los beneficios que puede traer su uso junto con la invitación a comprarlo online para así incrementar también tráfico de la página web y tener un buen SEO gestionado.

Ahora bien, esta campaña tendrá una duración de seis meses, es decir de Julio a diciembre, donde se manejará el lanzamiento y la introducción del producto al mercado. A continuación, se demuestran las actividades que cada mes posee relacionado con el ciclismo, festividades o demás que pueden favorecer el comercio de la compañía

- **Julio:** El mes de Julio empieza con el lanzamiento de toda la campaña debido a que en este mes ocurre el Tour de Francia. Este evento ayuda a potenciar la marca debido a que Nairo Quintana correrá esta carrera y podrá utilizar el nuevo producto. Además, el uso de la bicicleta y compra de accesorios para la misma se ve incrementado cuando ocurren estas carreras, por lo cual es un mes ideal para introducir la camiseta.
- **Agosto:** Este mes la vuelta España tiene lugar entre el 19 de agosto y el 10 de septiembre, por lo cual puede tener potencial. Se tiene en cuenta que es el mes siguiente a cuando los usuarios llegan de vacaciones y no tienen tanto presupuesto, pero también se ve la oportunidad en que llegan motivados a realizar ejercicio.
- **Septiembre:** En sus inicios tiene la terminación de la vuelta a España, sin embargo, no tiene mayores eventos especiales. En este mes puede darse el próximo día sin carro en Bogotá y se potencia el uso de la bicicleta.
- **Octubre:** Se tiene presente que este mes no tiene gran actividad debido a las vacaciones de semana santa y demás. Sin embargo, este mes tendrá foco en plantear los últimos detalles para los dos meses siguientes que son los más importantes.
- **Noviembre:** Aunque en Colombia se tiene la costumbre de dejar todo a última hora, por ende, de comprar los regalos de navidad a último minuto, desde este mes es necesario empezar a recordarle a los consumidores el producto y la marca.

- **Diciembre:** Navidad es símbolo de regalos y es el momento ideal para hacer crecer las ventas. Debido al aumento de una conciencia ambiental, a la vida fitness y a la necesidad de regalar a los seres queridos, Play Elevate puede ser una buena opción.

Ahora bien, el presupuesto total de la campaña es de \$50.000.000 los cuales serán distribuidos entre Facebook, Google, Instagram, Banners, página web y el *community manager* de la siguiente forma.

	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	%
Facebook	\$1,800,000	\$1,830,000	\$1,500,000	\$1,500,000	\$2,700,000	\$2,790,000	\$12,120,000	24.24%
Google	\$2,700,000	\$2,745,000	\$2,250,000	\$2,250,000	\$4,050,000	\$4,185,000	\$18,180,000	36.36%
Instagram	\$900,000	\$915,000	\$750,000	\$750,000	\$1,350,000	\$1,395,000	\$6,060,000	12.12%
Banners	\$600,000	\$610,000	\$500,000	\$500,000	\$900,000	\$930,000	\$4,040,000	8.08%
Community manager	\$1,100,000	\$1,100,000	\$1,100,000	\$1,100,000	\$1,100,000	\$1,100,000	\$6,600,000	13.20%
Página web	\$3,000,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$3,000,000	6.00%
<b>Total mes</b>	<b>\$10,100,000</b>	<b>\$7,200,000</b>	<b>\$6,100,000</b>	<b>\$6,100,000</b>	<b>\$10,100,000</b>	<b>\$10,400,000</b>	<b>\$50,000,000</b>	<b>100.00%</b>

*Ilustración 3.* Presupuesto semestral para plan de mercadeo digital

Fuente: Elaboración propia

## 6.1 Google:

Google es el buscador más importante a nivel mundial en el ambiente digital, teniendo en promedio 100 mil millones de búsquedas cada mes. Adicionalmente, del total de búsquedas en internet el 89,3% se realizan por medio de esta plataforma, lo que lo convierte en la herramienta de búsqueda de información más poderosa en internet. En cuanto al aspecto empresarial, el 75% del tráfico web de una página web llega por Google, por lo cual una gran cantidad de los posibles clientes llega por este medio y se hace necesario invertir en él. (Brandwatch, 2016)

En esta plataforma existen dos formas por las cuales la compañía puede mostrar su página web, una es a través del SEO, el cual es “la práctica de optimizar tu presencia en motores de búsqueda para generar tráfico a tu web. También se llama búsqueda orgánica o búsqueda

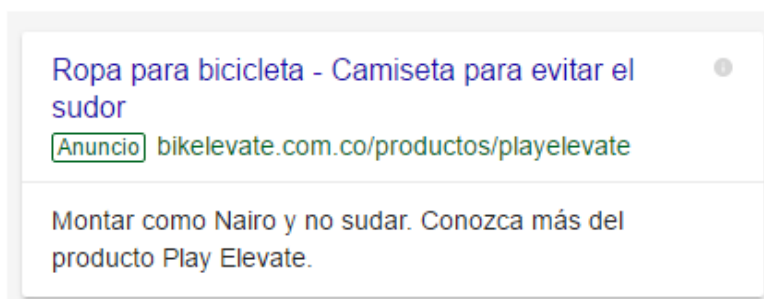


natural.” (Lehoucq, 2017) Aquí no se necesita publicitar ni realizar ningún tipo de pago pero si se requiere de tener un buen contenido en la página, tráfico web y links. Entre mejor se optimicen estos tres aspectos, más arriba podrá aparecer la compañía y de este aspecto se encargará el community manager del cual se hablará más adelante.

La otra forma es a través del SEM, la cual consiste en pagarle a Google Adwords para publicar un anuncio y que aparezca cuando un usuario busque algo relacionado con mi negocio y mis palabras claves. En el plan de medios también se realizará este tipo de publicidad para lo cual se invertirá el 36% del total del presupuesto debido a la importancia de la plataforma. Este porcentaje se distribuirá en los meses mencionados anteriormente de acuerdo a los eventos deportivos o festividades que sucedan.

En el mes de Julio se empezará con una inversión de \$3.600.000 para empezar a crear reconocimiento, en agosto y octubre se tendrá un presupuesto de \$1.800.000 mientras que en septiembre será de \$2.025.000, esto de acuerdo a las actividades mencionadas. En los meses de noviembre y diciembre se dispondrán \$4.275.000 y \$4.500.000 respectivamente debido a que es la época navideña y donde más se impulsará el producto.

El anuncio será el siguiente y tendrá como *keywords*: ropa ciclismo Bogotá, ropa para no sudar, accesorios para bicicleta, ropa bicicleta, para ciclismo.



**Ilustración 4.** Ejemplo de anuncio publicitario en motor de búsqueda

Fuente: Elaboración propia

## **6.2 Facebook:**

Para comienzos del 2017 Facebook es la red social más grande debido a que cuenta con casi 1.900 millones de usuarios en el mundo de los cuales 1.200 son usuarios diarios activos. (El Tiempo, 2017) En Colombia, según la República, “cerca de 25 millones de colombianos acceden a Facebook mensualmente y 16 millones lo hacen diariamente.” (La República, 2016)

Adicionalmente, es un medio que permite conocer más sobre los consumidores debido a que posee una gran cantidad de información sobre cada uno, y así mismo permite que la publicidad se ajuste a rangos de edad, ubicaciones, intereses y demás, permitiéndole a la compañía llegar a su público objetivo.

Debido a lo anterior, se considera que Facebook es una red social importante en la estrategia digital de la campaña, por lo cual será el segundo medio que más tendrá presupuesto asignado para la publicidad en el mismo. Se realizarán 3 sorteos cada dos meses, es decir, Julio, septiembre y diciembre en el cual se tendrá una alianza con la aplicación Biko, en donde los usuarios deberán ir registrando los kilómetros recorridos en bicicleta y aquellos que superen 20 kilómetros en el mes, tendrán la oportunidad de participar en un sorteo de una camiseta. La captura de pantalla que evidencie los kilometros deberá enviarse por mensaje directo a la fan page. También se tendrá la Fan page gestionada con contenido interesante y linkeado a la página web y al blog.

El anuncio descrito en esta red se presenta a continuación, así como también la Fan page.

 Bike Elevate  
24 de abril a las 18:00 · 

 Me gusta esta página

#MontaComoNairo sin sudar. Conoce más de #PlayElevate y atrévete a pedalear  
[www.bikeelevate.com](http://www.bikeelevate.com)



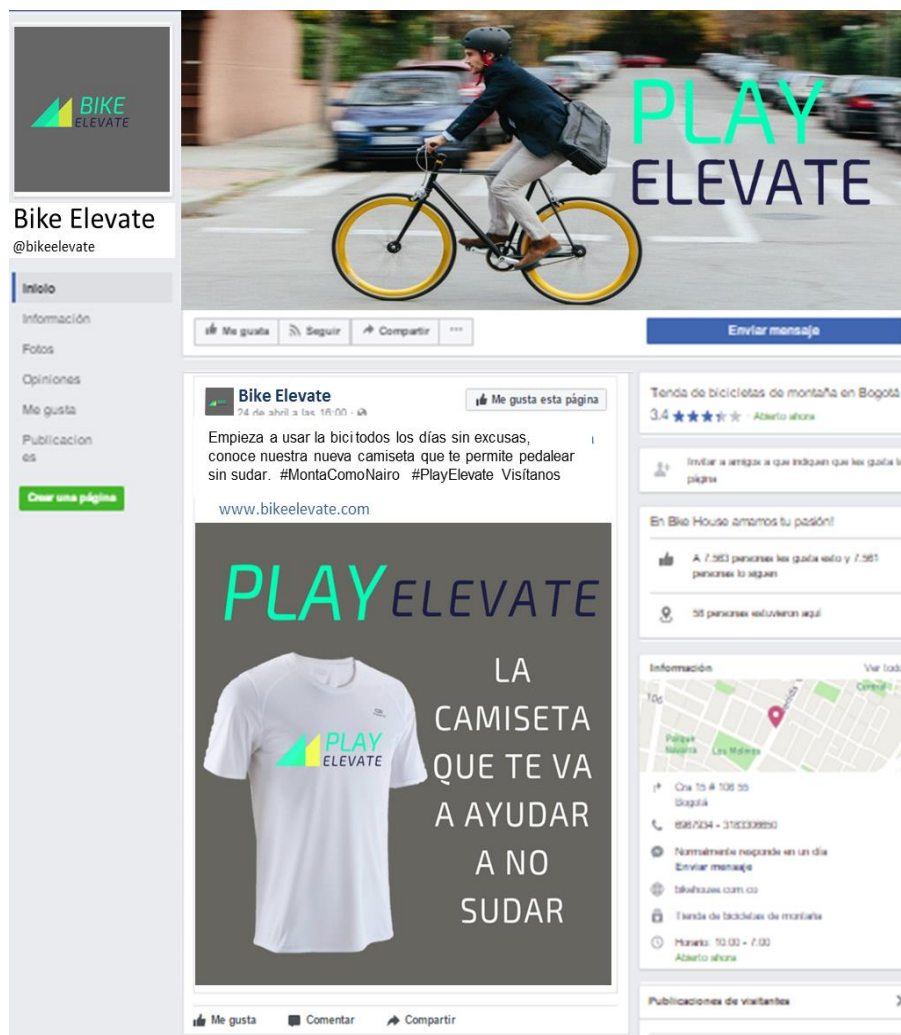
PLAY ELEVATE

LA CAMISETA QUE TE VA A AYUDAR A NO SUDAR

 Me gusta  Comentar  Compartir

*Ilustración 5.* Ejemplo de anuncio publicitario en Facebook

Fuente: Elaboración propia



*Ilustración 6.* Ejemplo fan page en Facebook

Fuente: Elaboración propia

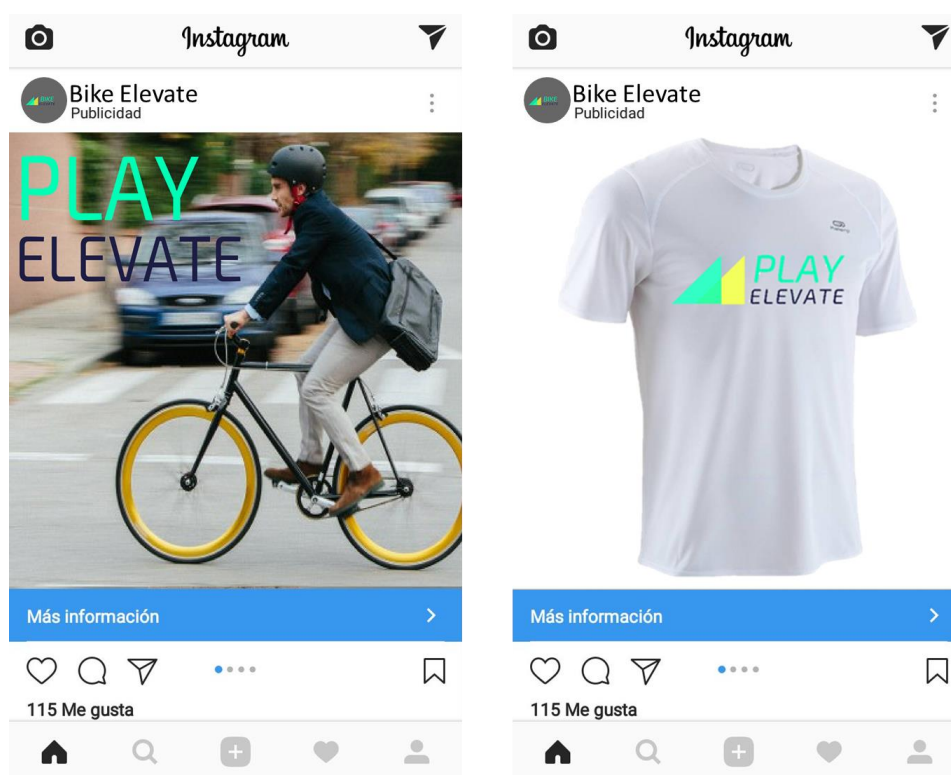
El mes de Julio se iniciará con una inversión de \$1.800.000 y agosto tendrá una similar la cual es de \$1.830.000. En septiembre y octubre el presupuesto será de \$1.500.000 debido a la disminución de eventos deportivos. Posteriormente, para la temporada navideña, la inversión será de \$2.700.000 y \$2.790.000 para noviembre y diciembre respectivamente.

### 6.3 Instagram

Instagram es una red social la cual consiste en publicar fotografías o vídeos cortos a través de un perfil ya sea privado o público. Actualmente, es utilizado por 48,8 por ciento de las marcas y

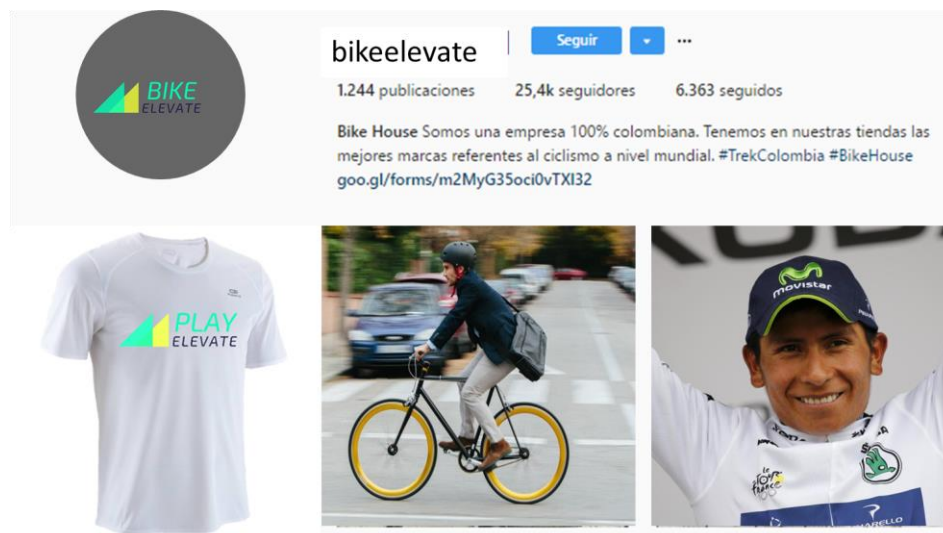
tiene más de 500 millones de usuarios mensuales. (Parker, 2017) En Colombia es la tercera red más usada en Colombia después de YouTube y Facebook. Adicionalmente, el target de esta red es similar al que se tiene en la campaña, por lo cual es ideal y le permite a la empresa mostrar los nuevos productos y nuevos valores de una forma más visual.

En esta plataforma también se tendrá un concurso similar al de Facebook, con la diferencia que, para poder participar, las personas deberán publicar el *screenshot* de sus kilómetros recorridos en sus perfiles con el hashtag #MontacomoNairo y reten a dos amigos en la publicación del concurso para que realicen también el concurso. Por esta razón se tendrá perfil empresarial de Bike Elevate, así como también se realizarán pautas. A continuación, se muestran el perfil de Instagram y el anuncio realizado.



**Ilustración 7.** Ejemplo de anuncio en Instagram

Fuente: Elaboración propia



*Ilustración 8.* Ejemplo fan page Instagram

Fuente: Elaboración propia

La asignación de la inversión para esta red social será de la siguiente manera: \$900.000 y \$915.000 para julio y agosto respectivamente; \$750.000 para septiembre y octubre; \$1.350.000 para noviembre y por último \$1.395.000 para diciembre. Lo anterior teniendo en cuenta las estacionalidades.

#### **6.4 Banners en sitios especializados**

Actualmente existen muchas páginas webs que se dedican a vender y comercializar productos exclusivos para ciclismo, desde la bicicleta en sí hasta accesorios y gadgets para la misma. Ejemplos de estas son Tubici.com y Tucicla.com. Por esta razón, se considera necesario pautar en banners de páginas especializadas, las cuales le den mayor credibilidad al cliente y permitan llegar al segmento interesado específicamente en este medio de transporte y sus derivados. Los banners tendrán el siguiente formato.



*Ilustración 9.* Ejemplo banners

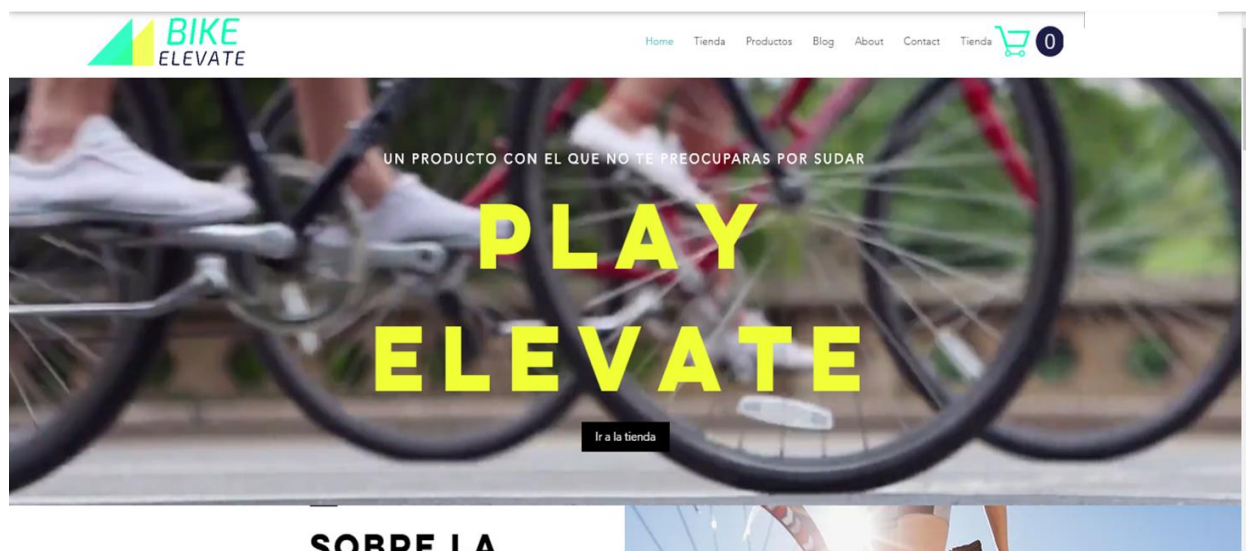
Fuente: Elaboración propia

## 6.5 Página web y blog

La página web es una herramienta esencial de cualquier compañía que quiera estar presente en la era digital. Es el medio a través del cual las empresas se dan a conocer y presentan sus servicios ante la comunidad. Hoy en día, “si no tienes página web, no existes”. Debido a esto, se requiere que Bike Elevate tenga la plataforma. En ella se incluirán pestañas que contengan sobre la empresa, los productos, la tienda online, el contacto y el blog. También se le pagará a un desarrollador para que cree la página web adecuadamente, así como tener un dominio propio.

Este blog estará incluido dentro de la página a través del cual se publicarán contenidos propios sobre bicicletas y demás temas relacionados con el ciclismo. Al estar actualizado ayuda a

que la página se esté refrescando y el SEO sea mucho mejor. La página web tendrá el siguiente aspecto.



*Ilustración 10.* Ejemplo página web

Fuente: Elaboración propia

Para este objetivo se tendrá una inversión de \$3.000.000 en Julio debido a que en este mes se crea la página y se obtiene el dominio propio. Posteriormente ya no se necesita más adecuaciones, a excepción del blog, pero este estará manejado por el community manager.

## 6.6 Community manager

Teniendo en cuenta que todas las redes sociales, así como la página web y el blog necesitan monitorearse y contenido original para publicar, se contratará a un *community manager* quien estará encargado de gestionar todas estas plataformas, optimizar el SEO de la página web y crear contenidos tanto para el blog, como para Facebook e Instagram. Para esta contratación se utilizará \$1.100.000 cada mes.



## 7. INDICADORES DE SEGUIMIENTO, KPI'S DE LA CAMPAÑA

### 7.1 Según el medio

- **Google:** El CPC será el indicador utilizado para esta plataforma debido a que se contará cada vez que un usuario le de click al anuncio creado en Adwords. Además, esto ayuda a que aumenten los clicks a la página web y el SEO mejore.
- **Facebook:** En Facebook también se usará el CPC para dirigirlos al link deseado, así como también el CPE, es decir, costo por *engagement* y el cual analiza la efectividad del mismo a través de los comentarios, interacciones y me gustas de la fan page.
- **Instagram:** Para esta social, el CPM (costo por mil impresiones) es el ideal debido a que la idea es lograr llegar al consumidor a través de imágenes y que este vea el anuncio repetidas veces. También se utilizará el CTR (click through rate) en el cual se analiza la cantidad de clicks versus la cantidad de impresiones que tuvo el anuncio. Esto ayudará a analizar qué tan efectivo y llamativo es el anuncio.
- **Banners:** Para los banners también se utilizará el CPC que es el más eficiente.
- **Página web y blog:** Por último, para la página web el indicador a utilizar será el CPL (Costo por lead) debido a que hace referencia a el costo de adquirir un lead, es decir, una persona que muestra interés en el negocio.

### 7.2 Por objetivo

- **Posicionar la marca**

En cuanto al posicionamiento de marca, se tendrá como meta responder al menos al 80% de los comentarios y/o mensajes directos de los usuarios en las redes sociales y lograr un 100% si

desean que la empresa se contacte con ellos. Adicionalmente tener un SEO adecuado para ser la primera empresa mostrada orgánicamente.

- **Incrementar el consumo**

Se analizarán el incremento en ventas de la página online y de las ventas en tienda comparado con la inversión realizada en publicidad debido a que es el principal objetivo de la campaña

- **Generar clientes potenciales:**

Teniendo en cuenta que los clientes potenciales pueden ser los mismos leads, se revisará los usuarios que realizaron los concursos para incrementar la base de datos y si esto fue efectivo. El propósito es tener una base de datos incrementada en 20% de clientes potenciales.

- **Incrementar el tráfico de la web**

Analizar el tráfico en la página web se basará en el número de visitas actuales versus el promedio antes de la campaña. La meta es conseguir un aumento del 30% de usuarios.

- **Fidelizar clientes,**

Para este objetivo se tendrá en cuenta el incremento de seguidores y de interacciones que se tenga en las redes sociales y el tráfico en la página web. La meta es incrementar en un 20% todos los seguidores de Facebook, Instagram y el tráfico.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- Bogotá como vamos. (2016). *Encuesta de percepción de 2016*. Recuperado el 01 de Mayo de 2017, de <http://www.bogotacomovamos.org/documentos/encuesta-de-percepcion-ciudadana-2016/>
- Brandwatch. (08 de Agosto de 2016). *96 estadísticas y datos increíbles de las redes sociales para 2016*. Recuperado el 01 de Mayo de 2017, de <https://www.brandwatch.com/es/2016/08/96-estadisticas-redes-sociales-2016/>
- Dinero. (04 de Julio de 2016). *75% de la población en Colombia ha utilizado internet durante el último mes*. Recuperado el 01 de Mayo de 2017, de <http://www.dinero.com/pais/articulo/el-75-de-la-poblacion-en-colombia-ha-utilizado-internet-en-el-ultimo-mes/222137>
- El Espectador. (26 de Febrero de 2015). *Bogotá es la ciudad latinoamericana que más se moviliza en bicicleta*. Recuperado el 01 de Mayo de 2017, de <http://www.elespectador.com/noticias/bogota/bogota-ciudad-latinoamericana-mas-se-moviliza-bicicleta-articulo-546451>
- El Tiempo. (26 de Octubre de 2016). *La nueva ley que impulsa uso de la bicicleta en el país*. Recuperado el 01 de Mayo de 2017, de <http://www.eltiempo.com/bogota/ley-que-impulsa-uso-de-la-bicicleta-en-el-pais-42580>
- El Tiempo. (02 de Febrero de 2017). *Facebook ya tiene casi 1.900 millones de usuarios*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/resultados-de-facebook-en-2016-48830>
- La República. (20 de Agosto de 2016). *Facebook, la red social que se convirtió en un hábito diario para los colombianos*. Recuperado el 01 de Mayo de 2017, de [http://www.larepublica.co/facebook-la-red-social-que-se-convirti%C3%B3-en-un-h%C3%A1bito-diario-para-los-colombianos\\_412101](http://www.larepublica.co/facebook-la-red-social-que-se-convirti%C3%B3-en-un-h%C3%A1bito-diario-para-los-colombianos_412101)
- Lehoucq, E. (22 de Febrero de 2017). *Cómo hacer SEO y porque lo necesitas*. Recuperado el 01 de Mayo de 2017, de Marketing Online: <https://blog.g4marketingonline.com/como-hacer-seo-y-por-que-lo-necesitas>
- Meeker, M. (2001). *La publicidad en Internet*. Barcelona: Ediciones Granica S.A.

Parker, S. (20 de Enero de 2017). *Una lista completa de estadísticas de Instagram*. Recuperado el 01 de Mayo de 2017, de Hootsuite: <https://blog.hootsuite.com/es/lista-completa-de-estadisticas-de-instagram/>

Portafolio. (29 de Junio de 2015). *Negocio de bicicletas, al ritmo de triunfos internacionales*. Recuperado el 01 de Mayo de 2017, de <http://www.portafolio.co/negocios/empresas/negocio-bicicletas-ritmo-triunfos-internacionales-29250>

Vargas Niño, S. (2009). *Nuevas formas de publicidad y mercadeo en la era digital*. Recuperado el 01 de Mayo de 2017, de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis249.pdf>