

COMMUNITY MANAGER & MÁRKETING DIGITAL

ACCIONES PROPUESTAS

Propuesta de trabajos de Community Manager compuesto de las siguientes acciones.:

Diseñamos las piezas gráficas y delineamos la comunicación a realizar. Definimos ofertas, promociones, sorteos y acciones especiales.

ACCION 1 – Facebook e Instagram

- a. Planificación de Campañas consensuadas con el Hotel.
Definición de objetivos, áreas de acción, perfil del destinatario
Segmentación para personalizar la campaña. Planificación del Presupuesto diario, semanal, mensual
- b. Configuración y armado de Avisos Patrocinados
Todos los posteos que deseen transformar en **Avisos Patrocinados** (que surgirán de las estrategias planificadas)
Diseño gráfico, Textos y Animaciones.
- c. **Sorteos periódicos** (para crear comunidad propia) Interconectado con la Web. Ej.
Campañas de sorteos que requieren etiquetar x cantidad de amigos, ser seguidor del Instagram de la Empresa e ingresar el email en campo especial de la web. (el sorteo se realizará con los emails.)
- d. En caso de Requerir, contemplamos desarrollo de **“Landing page”** responsive con ampliación de contenidos y funciones especiales.
- e. Posteo de imágenes prediseñadas.
5 Posteos Semanales
(surgirán de las estrategias de Marketing consensuadas y la pauta de cantidad de posteos semanales contratados).
Se consideran los reposteos y Avisos Patrocinados
- f. Actualización de **Fan page**.
Revisión diaria de novedades y comentarios de fan.
- g. Análisis de Resultados y presentación de Informes.
- h. Moderación de Mensajes previo contacto con la Empresa.

ACCION 2 - Google Adwords

- i. Planificación del Presupuesto diario, semanal, mensual.
- j. Planificación de Campañas.
Definición de objetivos, áreas de acción, perfil del destinatario
Segmentación para personalizar la campaña.
- k. Desarrollo de “*Landing page*” responsive con ampliación de contenidos y funciones especiales.
- l. Análisis de Resultados y puesta a punto

3 – Google Mi Negocio

- a. Administración de los contenidos e interacción con la web del Hotel
- b. Informe de Visitas y movimientos de la Aplicación
- c. Armado de estrategias para mejorar el posicionamiento de la empresa en Google.
Se presupuesta por separado la contratación de Multiusuarios (Troll)
- d. Análisis de Resultados y puesta a punto

4 – LinkedIn (Red Social Empresarial)

Generar y Administrar el Perfil empresarial con el proposito de crear una comunidad de empresas que puedan necesitar los servicios o productos de la Empresa

- a. Administración de Comunicados
- b. Analiza quién ha visto el perfil.
- c. Aviso de invitaciones que te hayan enviado.
- d. Aviso de los correos recibido.
- e. Revisar las notificaciones.
- f. Busca perfiles que sean interés y envía invitaciones.
- g. Busca grupos de empresas y profesionales que puedan los Servicios o Productos.
- h. Análisis de las publicaciones de los contactos.
- i. Revisar y mejorar el posicionamiento del perfil de la Empresa.

ACCION 5 - MARKETING MAIL

Envío de 1 Pieza Grafica Mensual con respaldo de Landing Page y reenvíos programados a los email no abiertos, depuracion de listas etc.

Comprende las Siguietes Acciones.

Desarrollo de piezas gráficas y envío mensual con repetición según análisis de resultados.
(no incluye compra de envíos ni adquisición de listas)

BÚSQUEDA DE BASES DE DATOS

Para segmentar los envíos y personalizarlos acordes al mercado que se desea llegar

DEFINIR CAMPAÑA

Ofertas, promociones, descuentos, concursos.

Enviar un Newsletter periódico una gran forma de mantener cautivos y fidelizar a nuestros clientes.

DISEÑO RESPONSIVE

Un diseño atractivo responsivo, profesional es la clave para presentar bien una oferta o producto/servicio. Más allá de la calidad del diseño gráfico, es altamente recomendable que el Newsletter que enviemos esté preparado para mostrarse en dispositivos móviles como Tablet y Smartphone.

Hay también ciertas directivas que respetar como tamaño de imágenes, peso de las mismas, para que el correo no sea tomado como SPAM.

ENVÍO PROGRAMADOS

A- Base de datos propia existente:

Es la base que ya tenemos en nuestro sistema o en nuestro email de trabajo.

B- Base de datos externa:

Segmentación de bases de datos proporcionada por la empresa, depurar email válidos e indexado de bases por perfil del receptor.

MEDICION DE RESULTADOS | Una vez efectuado el envío

¡Podemos saber quiénes abrieron nuestros correos, desde que dispositivo, en que enlace hicieron Click y más!

Esto nos permite mejorar todas las semanas nuestros envíos y saber también como direccionar a futuro nuestra oferta.

REPORTES

Preparamos un informe con un análisis, para ver de qué forma podemos mejorar las campañas.

ACCION 6 – MANTENIMIENTO SITIO WEB – (Para Sitios desarrollados por Cibermedio)

Replicar Info de Redes Sociales

Todo trabajo de posteos y avisos patrocinados se deben replicar y apoyar en el sitio web. Ampliando la información y detalles de las propuestas. Para ello se deben dotar al sitio web de herramientas propias que permitan interactuar con el usuario.

Actualización de contenidos

El sitio web debe mostrarse activo y vigente con contenido permanentemente actualizado. Brindando además diversa herramientas de comunicación que faciliten el acceso a la información que la empresa desee presentar.

Herramientas Complementarias:

Desarrollo de herramientas complementarias de acciones realizadas por fuera de la web. Ej:
Formularios para dejar email y fechas de cumpleaños.
Sistema de recomendar Amigos y obtener beneficios.

MÉTODO DE TRABAJO:

- 1) Planificación trimestral de Campañas Patrocinadas
- 2) Agenda Mensual de acciones diarias a realizar:
Posteos, Historias, Feed, Patrocinados, Concursos, Videos, Marketing Mail, etc.
- 3) Entrega de Reportes Mensuales de las acciones Realizadas y Resultados
- 4) Distribución de Tareas y Capacitación de Personal la Empresa en el manejo de Herramientas Digitales.
- 5) Reuniones Periódicas presenciales o virtuales para planificar estrategias.
- 6) Ajustes permanentes para optimizar Resultados