

**P1 | Propuesta de solución.
Plan de lanzamiento online de un producto**

11/2008

NET 2 U _

Zaragoza
Madrid
Barcelona

www.net2u.es

OBJETIVO

Diseñar y poner en marcha una **estrategia de marketing online** para llevar a cabo el **lanzamiento** al mercado y la **venta** del producto a través de la Red (online): Internet y dispositivos móviles.

- ↘ Incluirá entre otros resultados una consultoría de posicionamiento del producto en los principales buscadores
- ↘ Sus acciones se integrarán con las acciones de promoción off-line que pudieran llevarse a cabo
- ↘ **Podrá** incluir, en su caso, una estrategia de interacción de estos nuevos canales *online* con otros canales de distribución (*offline*) y de impulso de las ventas en los puntos de venta físicos

El servicio descrito en la presente propuesta contempla la **ejecución de algunas acciones de promoción** online resultantes de la estrategia de marketing en concreto las dirigidas a mejorar el posicionamiento en **buscadores** y, al seguimiento **estadístico** de resultados y al desarrollo de un sitio **Web e-commerce** monoproducto



PROPUESTA DE SERVICIO. RESUMEN

Diseño de una **estrategia global** >> Traslado de la estrategia global al **canal Web optimizando sus capacidades** >> La estrategia se plasmará en **acciones de promoción**:

- >> Un desarrollo **Web**
- >> Una **herramienta de seguimiento** de resultados y propuesta de mejoras
- >> Servicios de actualización e **implantación de mejoras**



PROPUESTA DE SERVICIO

Punto de partida: Estrategia global de producto:

Players del proyecto (organigrama):

Equipo de Securitas Direct: Objetivo integrar en la estrategia Web a cada uno de los roles del equipo para que aporte su valor

Producto

Descripción : Usos | Valores asociados al producto | Definición de Mensajes aspiracionales

Cadena de valor | Modelo de distribución

Definición de objetivos | Priorización de objetivos

Posicionamiento de marca | Fidelización | Venta | Etc.

Clientes potenciales:

Definición de segmentos: valores asociados a cada segmento objetivo

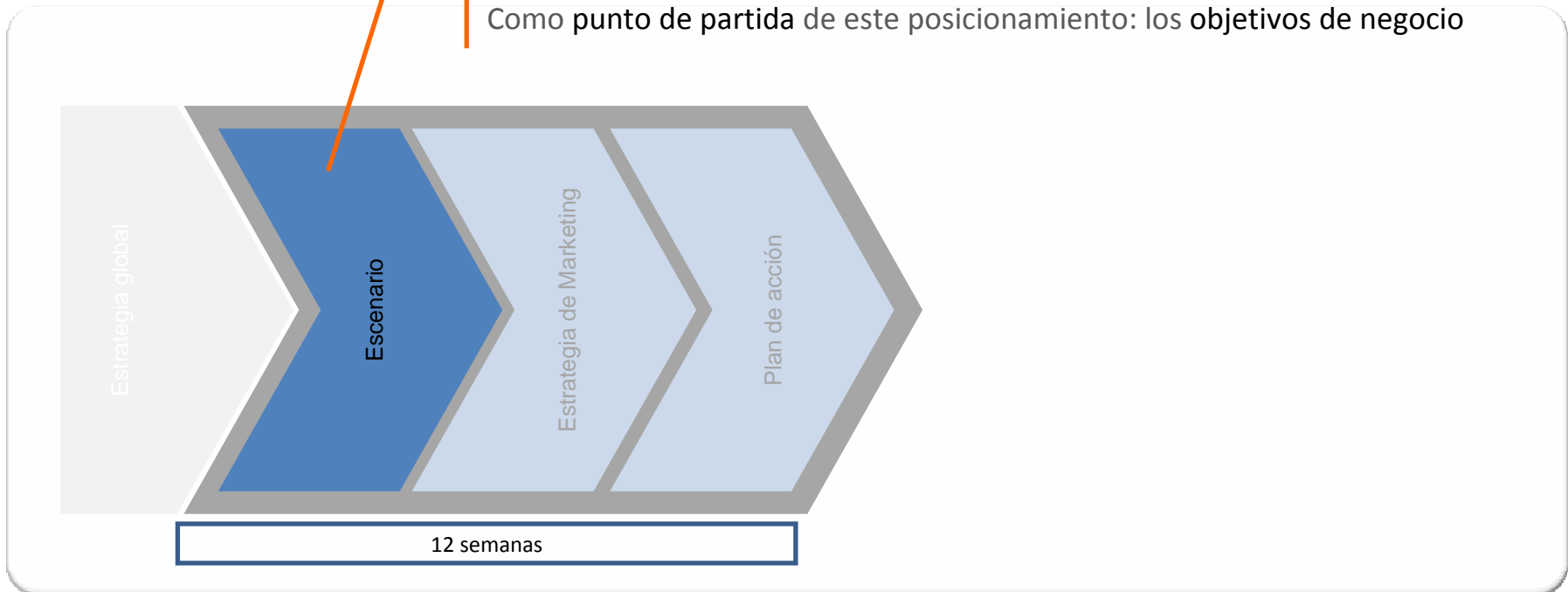


PROPUESTA DE SERVICIO

Primer paso será definir el **escenario**: en el que se desarrolla la actividad y su situación respecto al canal Internet:

- Análisis del mercado o sector | Entorno en el que se desarrolla: usuarios y hábitos de uso de Internet | Oportunidades en este escenario
- Posicionamiento actual de Securitas Direct y su producto en este escenario: Para ello se extraerán las variables fundamentales (claves) que lo determinan → Representación gráfica del posicionamiento que facilite la interpretación y la obtención de conclusiones.
- Conclusiones de esta parte del estudio . Se elaborará un estudio DAFO del producto que resuma la situación de partida de “nombre del producto” y se proyecte el posicionamiento deseado

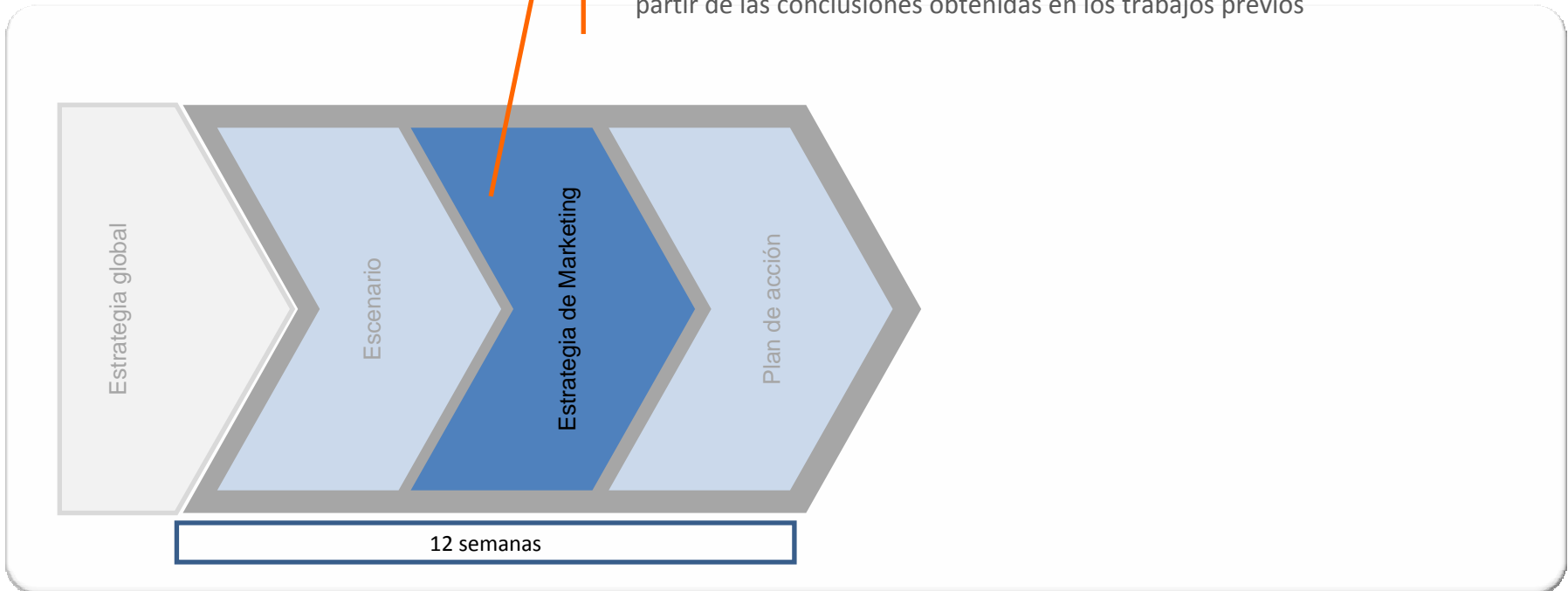
Como punto de partida de este posicionamiento: los objetivos de negocio



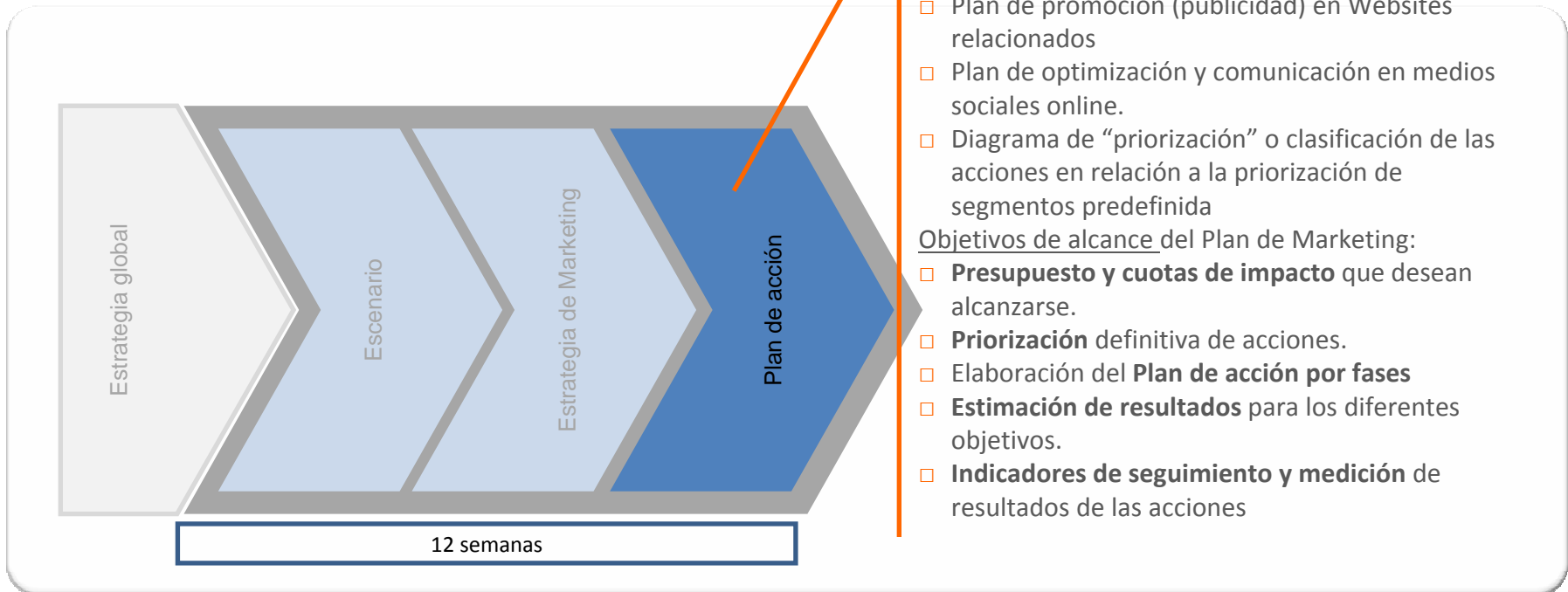
PROPUESTA DE SERVICIO

Segundo paso: Diseño de la **estrategia de marketing**

- Definición del cliente final (público potencial): Criterios de segmentación | Definición y dimensionamiento de los diferentes segmentos | Criterios comerciales y estratégicos de priorización de segmentos | Análisis de dichos segmentos desde las conclusiones del DAFO | Afinidad de los segmentos con el canal Web | Definición y priorización definitiva de segmentos.
- Objetivos dentro del canal Web para cada uno de los segmentos e integración en la estrategia Web de los canales de distribución físicos (offline) (en su caso)
- Claves de la estrategia del proyecto en la Red: en ella se definirán recomendaciones para la consecución de los objetivos concretos propuestos a partir de las conclusiones obtenidas en los trabajos previos



PROPUESTA DE SERVICIO



Tercer paso: Definición de **acciones**

La definición de las acciones relacionará:

- **Segmentos** objetivo priorizados
 - **Espacios** en la Red: sitios Web, buscadores, Servicios Web, etc.; relacionados con propiedades y mensajes del producto
 - Tipos de **acciones** de promoción y marketing
- Estimación económica de cada una de las acciones
- Resultados de esta fase:

- Plan de Posicionamiento en buscadores,
- Plan de promoción (publicidad) en Websites relacionados
- Plan de optimización y comunicación en medios sociales online.
- Diagrama de “priorización” o clasificación de las acciones en relación a la priorización de segmentos predefinida

Objetivos de alcance del Plan de Marketing:

- **Presupuesto y cuotas de impacto** que desean alcanzarse.
- **Priorización** definitiva de acciones.
- Elaboración del **Plan de acción por fases**
- **Estimación de resultados** para los diferentes objetivos.
- **Indicadores de seguimiento y medición** de resultados de las acciones

PROPUESTA DE SERVICIO

Tras el resultado del Plan de Marketing se elaborará un **cuadro de mando** que permita la emisión de informes sobre el funcionamiento y los resultados que se logran tanto a través del sitio Web como de otros espacios Web en los que el producto tenga presencia (incluidos buscadores). Se referirán al tráfico generado (visitas y calidad de las visitas) y a la consecución de los objetivos de cada una de las acciones de promoción (venta directa, servicio posventa, apoyo al canal offline, etc.), en términos de coste, impacto (objetivos) y segmento concreto.

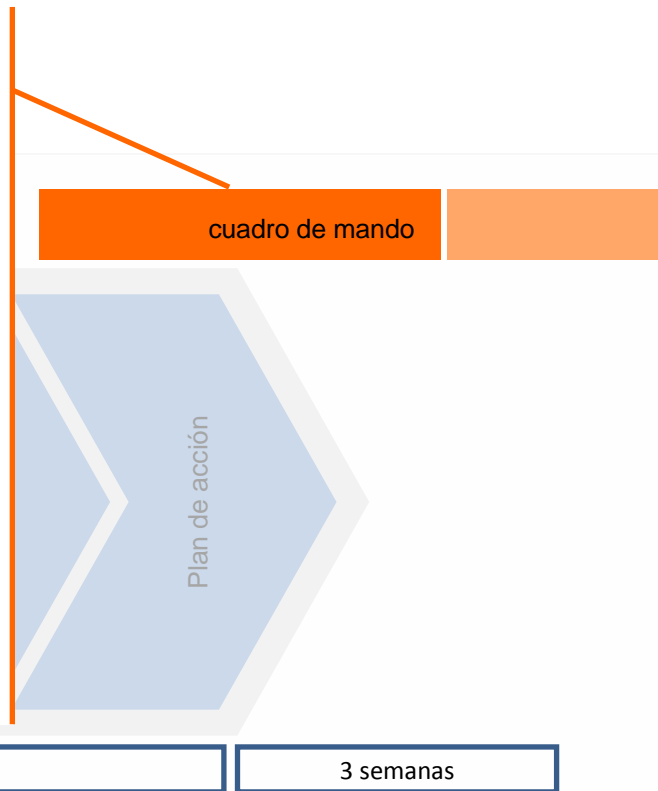


PROPUESTA DE SERVICIO

Tras el resultado del Plan de Marketing se elaborará un **cuadro de mando** que permita la emisión de informes sobre el funcionamiento y los resultados que se logran tanto a través del sitio Web como de otros espacios Web en los que el producto tenga presencia (incluidos buscadores). Se referirán al tráfico generado (visitas y calidad de las visitas) y a la consecución de los objetivos de cada una de las acciones de promoción (venta directa, servicio posventa, apoyo al canal offline, etc.), en términos de coste, impacto (objetivos) y segmento concreto.

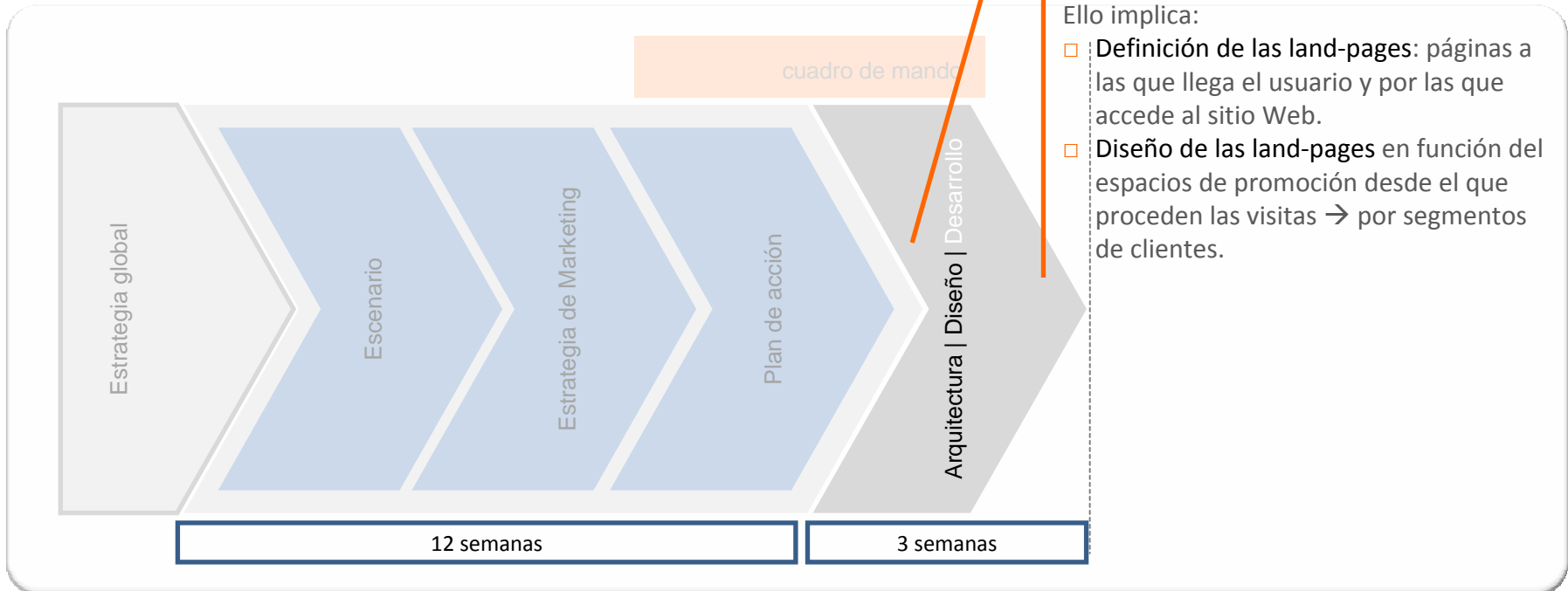
En definitiva será necesario llevar a cabo las siguientes tareas:

- Será necesario recopilar los **objetivos** definidos para el portal y la priorización dichos objetivos.
- Habrá que conocer la presencia del sitio Web en la Red, para **conocer todos los sitios que pueden ofrecer información relevante sobre su tráfico** y la actividad de su comunidad, ya que esta podrá desarrollarse dentro o fuera del sitio Web del proyecto.
- **Definición de indicadores y variables de medición** y elaboración de ratios que midan resultados para objetivos concretos.
- **Diseño de la estrategia de seguimiento** teniendo en cuenta **elementos endógenos y exógenos** que puedan afectarle.
- **Diseño de informes:** información relevante



PROPUESTA DE SERVICIO

Los trabajos de desarrollo comenzarán durante la elaboración de la consultoría!! y se solaparán durante ésta



Desarrollo del sitio Web >> se fijará lo relativo a:

Usabilidad: Diseño de las opciones del sitio Web desde el punto de vista de la experiencia del usuario. De los diferentes segmentos de usuario

Navegabilidad: navegación inducida: consiste en dirigir la navegación del usuario hacia los objetivos señalados para el sitio Web.

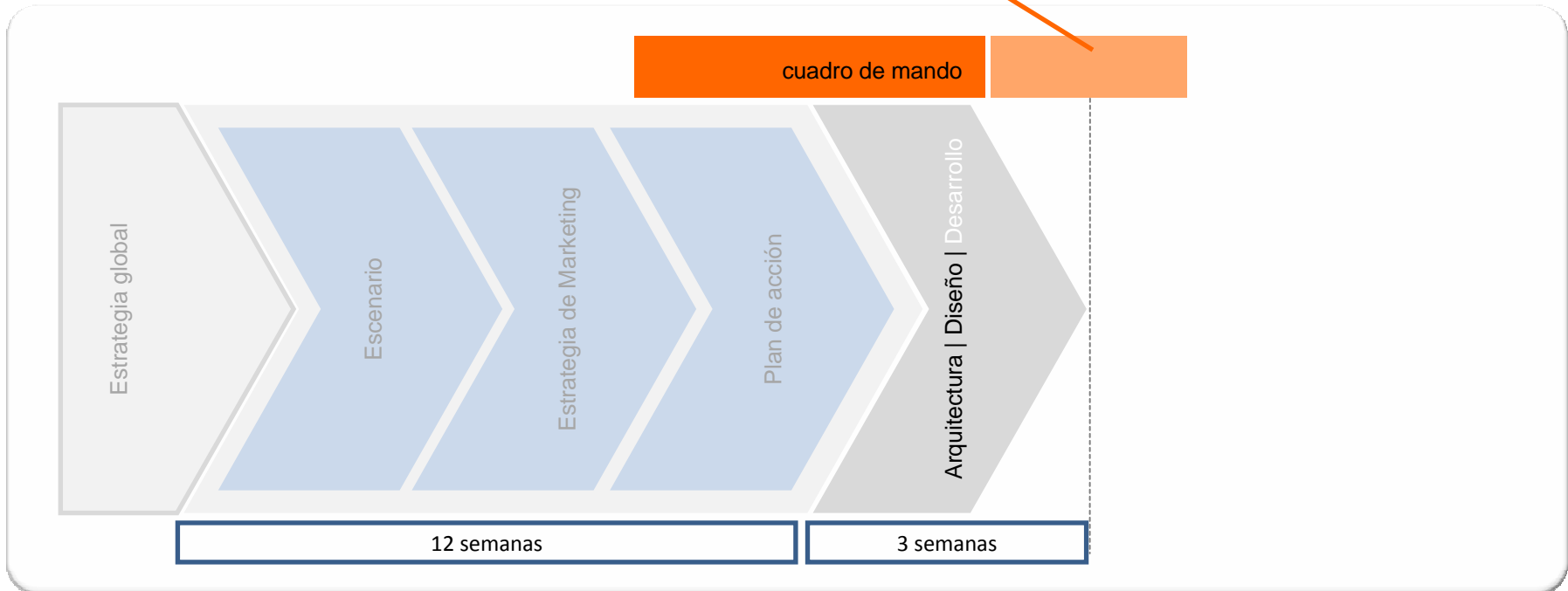
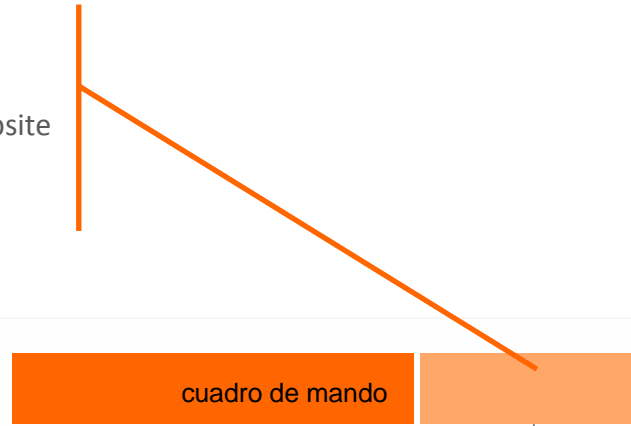
Ello implica:

- **Definición de las land-pages:** páginas a las que llega el usuario y por las que accede al sitio Web.
- **Diseño de las land-pages** en función de los espacios de promoción desde los que proceden las visitas → por segmentos de clientes.

PROPUESTA DE SERVICIO

Finalizado el desarrollo se completará el **cuadro de mando**

La usabilidad y navegabilidad del Website definirá los objetivos a medir por las estadísticas Web.



PROPUESTA DE SERVICIO

Plan Posicionamiento en buscadores

Definición de la estrategia de posicionamiento acorde a objetivos

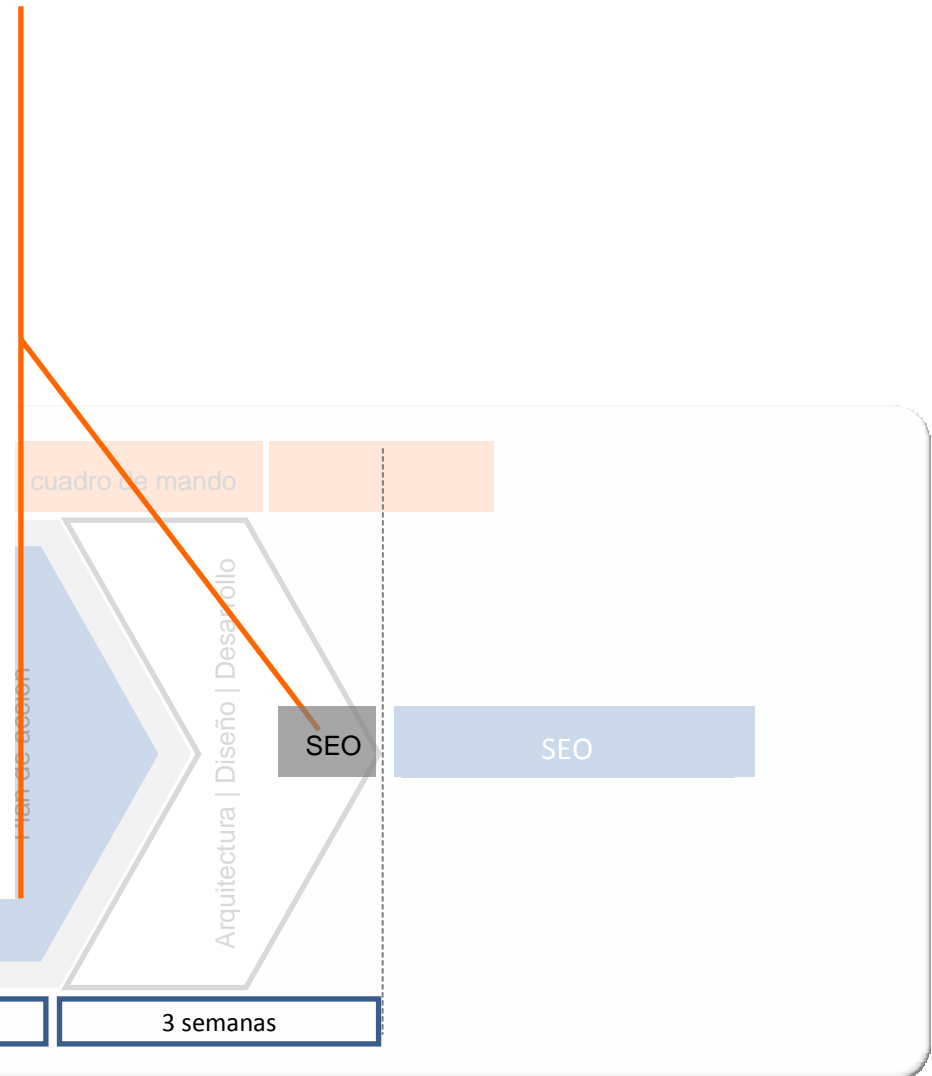
Optimización del Site para que pueda cumplir esos objetivos de forma eficiente:

- ❑ Análisis exhaustivo y definición de Keywords (palabras clave):
- ❑ Creación de listado de términos clave posibles relevantes
- ❑ Proceso de selección y depuración de dicho listado
- ❑ Listado final de palabras claves
 - ❑ Optimización de factores On the Page: aspectos técnicos del código fuente.

Estructura del Site | Title | URLs | Etiquetas meta: keywords, description | Textos a contenidos optimizados | Páginas interiores | Enlaces | Imágenes

- ❑ On The Server
 - Site map.xml | Robots.txt | Redirecciones / dominios

Todas estas conclusiones **se aplicarán al código fuente del sitio Web** durante la fase de desarrollo

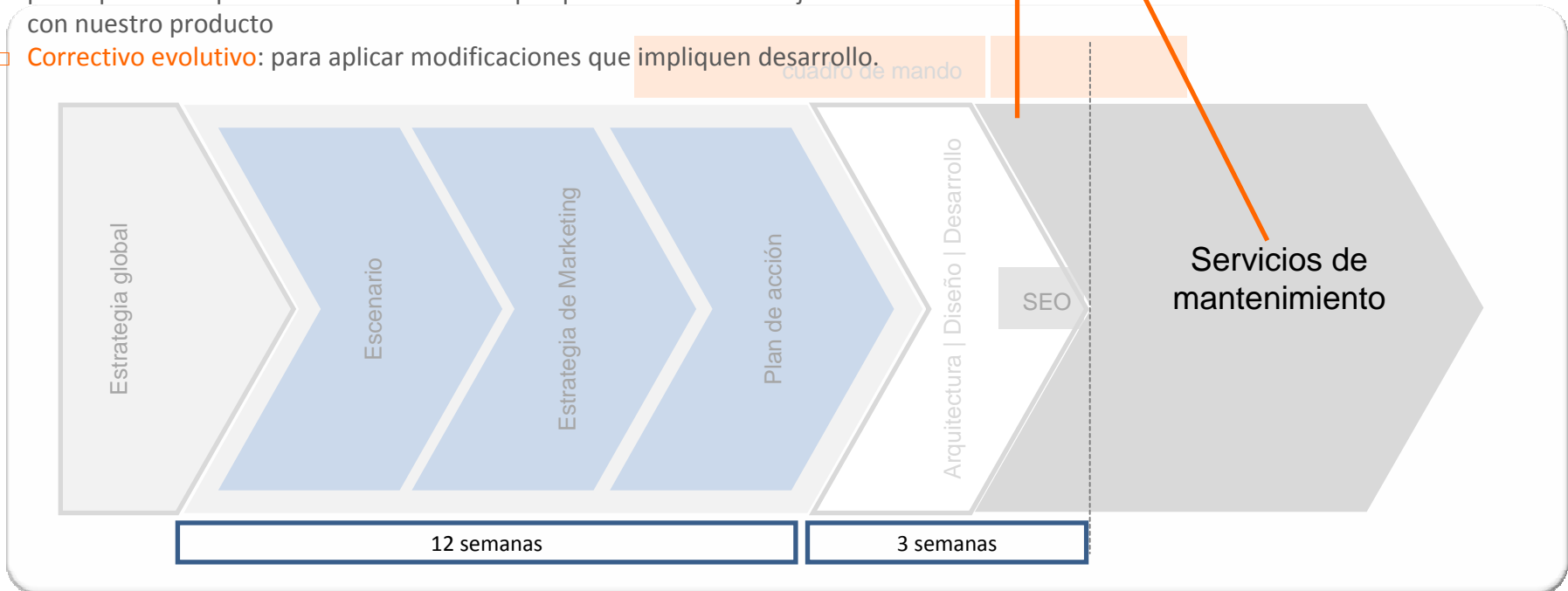


PROPUESTA DE SERVICIO

Se trata de una serie de servicios dirigidos a mantener el sitio Web alineado con los objetivos de negocio una vez puesto en producción.

Consisten en aplicar los resultados de la consultoría de marketing:

- Introducir los datos provenientes de estadísticas Web y datos de tráfico de los espacios de promoción donde nuestro producto está presente para **alimentar el cuadro de mando**
- Aplicar acciones de posicionamiento (**SEO**): relacionados con generación de contenidos y actualización de la estrategia general a las decisiones que se vayan tomando durante la vida del proyecto
- Promoción en redes sociales (**SEM**): fomentar la viralidad a través de presencia y participación de perfiles en redes sociales que promocionen mensajes relacionados con nuestro producto
- **Correctivo evolutivo**: para aplicar modificaciones que impliquen desarrollo.

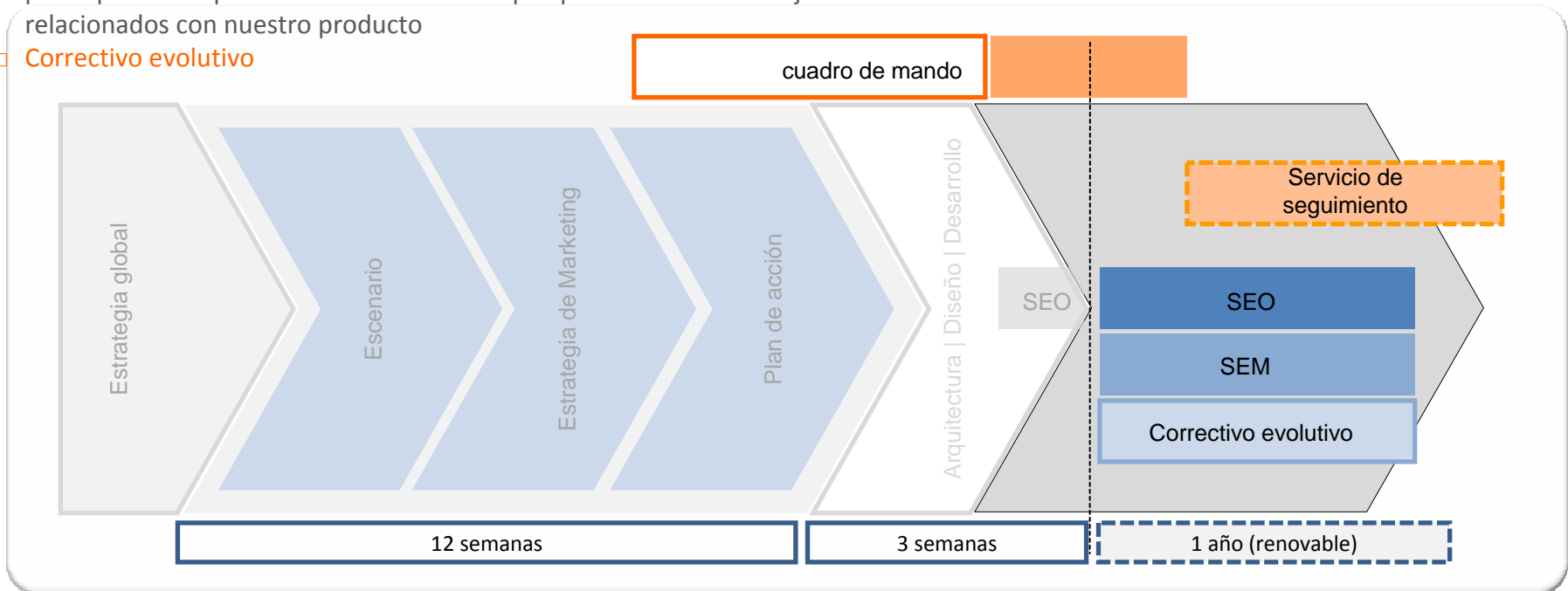


PROPUESTA DE SERVICIO

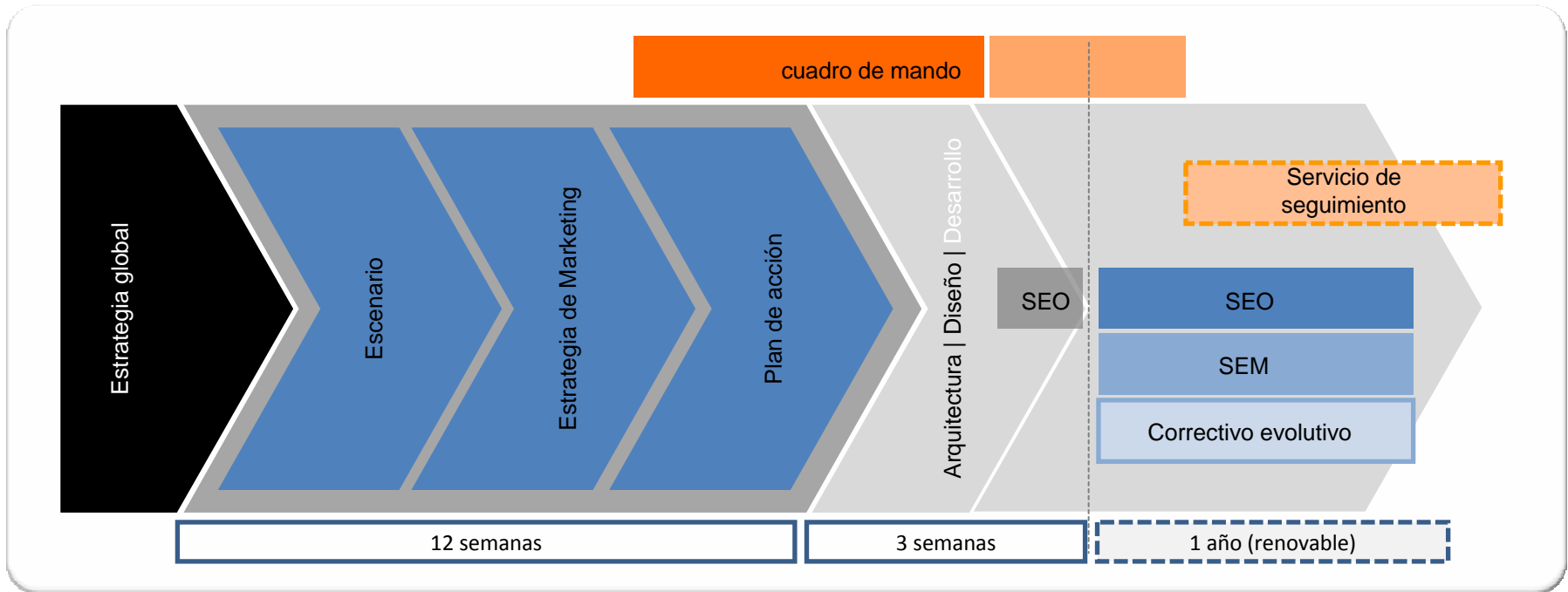
Se trata de una serie de servicios dirigidos a mantener el sitio Web alineado con los objetivos de negocio una vez puesto en producción.

Consisten en aplicar los resultados de la consultoría de marketing:

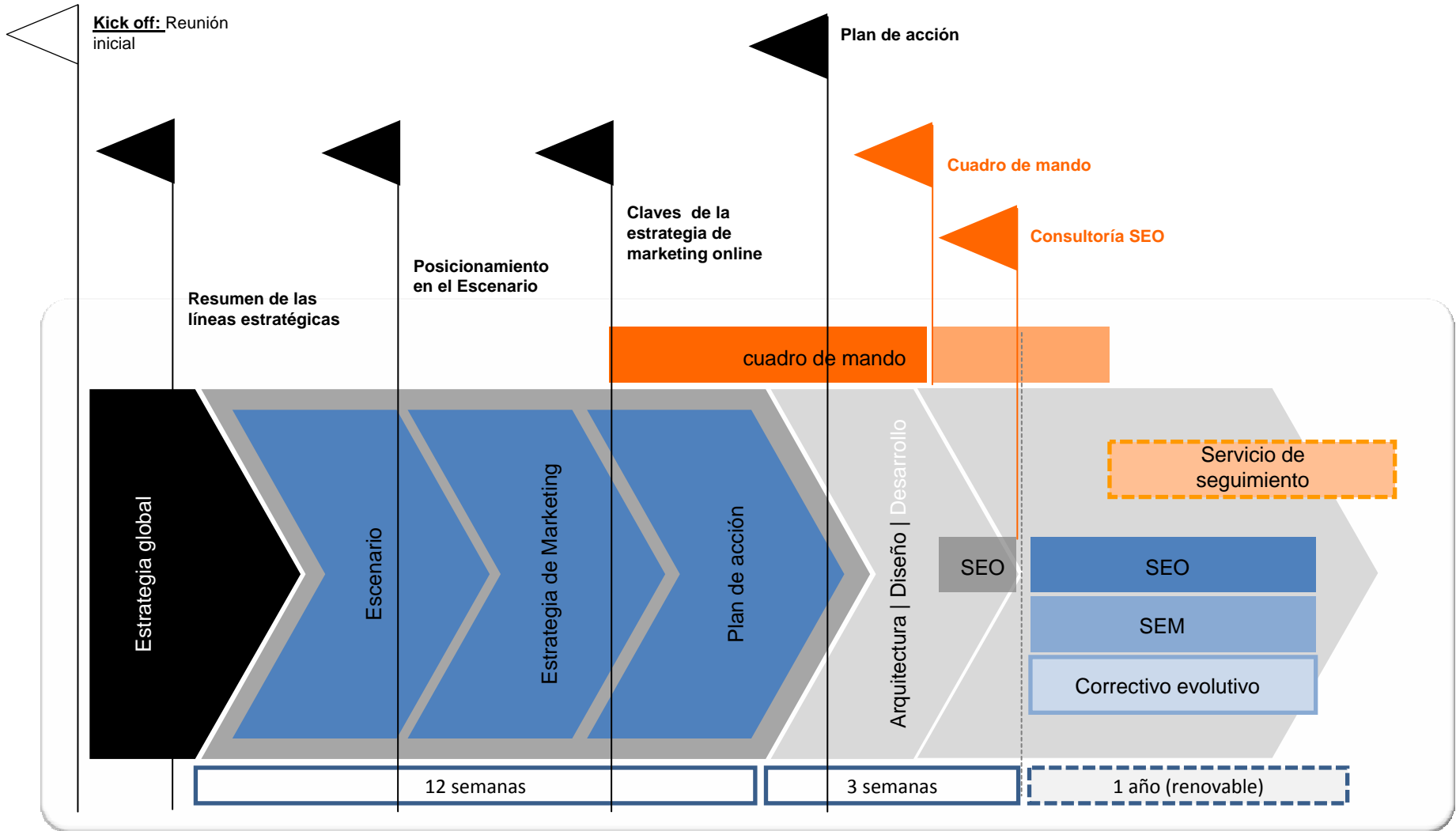
- Introducir los datos provenientes de estadísticas Web y datos de tráfico de los espacios de promoción donde nuestro producto está presente para **alimentar el cuadro de mando**
- Aplicar acciones de posicionamiento (SEO): relacionados con generación de contenidos y actualización de la estrategia general a las decisiones que se vayan tomando durante la vida del proyecto
- Promoción en redes sociales (SEM): fomentar la viralidad a través de presencia y participación de perfiles en redes sociales que promocionen mensajes relacionados con nuestro producto
- **Correctivo evolutivo**



HITOS _ Entregables



HITOS _ Entregables



PROPUESTA DE SERVICIO

METODOLOGÍA DE PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS

Servicio de seguimiento (cuadro de mando)

Servicio SEO

Servicio SEM

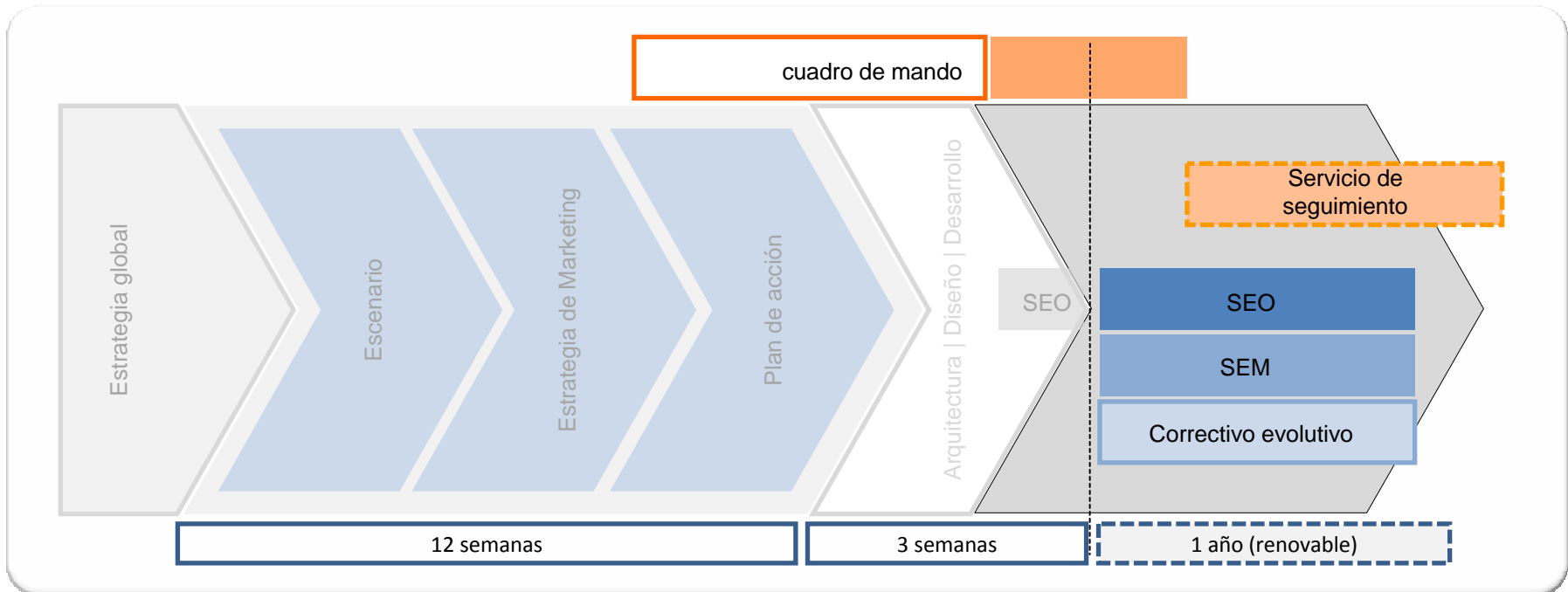
Reuniones periódicas: 3 al año

Entregables: Emisión de informes en cada reunión: Dos informes:

- ↘ Informe completo
- ↘ Resumen ejecutivo: claves de negocio y representación gráfica de su evolución

Correctivo evolutivo

Según necesidades de desarrollo



Zaragoza
Madrid
Barcelona
+34 976 482 080

NET 2 U _