

Nombre: Marielis María Reyes García
Matrícula: 22-EMRN-5-009
Carrera: Mercadotecnia

A) Identifique en cada categoría de la caja el orden de prioridad o importancia que usted le concede a cada herramienta y razón o razones que sustentan su ordenamiento.

Las Bases de la mercadotecnia:

Le concedo una importancia alta o prioritaria porque sin una buena base de mercadotecnia, un negocio puede tener dificultades para crecer, vender o incluso sobrevivir en el mercado competitivo.

La Base de la mercadotecnia: Marketing Digital:

Es importante porque permite llegar a muchas personas al mismo tiempo y merece una prioridad alta porque es rápida, económica y efectiva. Facilita el crecimiento de cualquier negocio.

Posicionamiento y diferenciación en la mercadotecnia: creación de valor e identidad de marca:

Le concedo una importancia estratégica muy alta a esta herramienta porque permite crear valor más allá de productos. Ayuda a formar una marca sólida y reconocible.

Análisis de datos y métrica en la mercadotecnia: medición y optimización del rendimiento:

Es importante porque permite mejorar, ajustar y crecer de forma continua. Ayuda a conocer que quiere el cliente y cómo se comporta.

Estrategias de contenido y marketing de influencias: Conexión y credibilidad:

Tiene una importancia alta en la mercadotecnia actual especialmente porque construye conexión, credibilidad y confianza entre la marca y el público.

Experiencia del cliente y fidelización: construyendo relaciones duradera:

Es sumamente importante en la mercadotecnia ya que se enfoca en construir relaciones duraderas y significativas entre la empresa y sus clientes. No solo busca vender, sino crear vínculos emocionales.

Innovación y tendencia en la mercadotecnia: Adaptación y crecimiento:

Es esencial para lograr una adaptación constante , mantener la competitividad, impulsar el crecimiento estratégico y fortalecer la relación con los consumidores en un entorno cada vez más cambiante y exigente.

Ética y responsabilidad social en la mercadotecnia: construyendo una marca con propósito:

Es importante porque no solo influye en la imagen y reputación de la empresa sino que también refleja el compromiso de la marca con la sociedad, el medio ambiente y los valores humanos.

E- Commerce:

Es esencial para aumentar la venta, mejorar la experiencia del cliente y expandir el negocio de manera eficiente y digital en un mercado cada vez más globalizado.

Agencia de marketing digital:

Permite a la empresa centrarse en su actividad principal mientras delegan en expertos la gestión de la presencia online , asegurando que sus mensajes sean claros , atractivos y estén siempre alineados con los objetivos de negocio.

Consultoría en línea:

Es una herramienta que brinda acceso ágil, económico y especializado a la asesoría profesional, lo que se traduce en mejores resultados, mayor competitividad y crecimiento sostenible para las empresa en la era digital.

Trafficker Digital:

Esta herramienta se encarga de planificar, ejecutar y controlar campaña publicitaria en plataforma digitales como Google, facebook , Instagram otras redes sociales, con el objetivo de atraer visitantes hacia un sitio web.

Herramientas de marketing digital:

Es clave porque permite conectar con el público ideal de forma rápida, medible y rentable , impulsando el crecimiento y la visibilidad de la marca en un entorno global y digital.

Herramientas de inteligencia artificial generativa:

Gran importancia ya que transforma la manera en que la empresa crea contenido, se comunican, analizan datos y personalizan experiencias para sus clientes.

Segmentación de mercado:

Permite a la empresa identificar y agrupar a sus consumidores según características comunes, para luego, diseñar estrategias más efectivas, personalizada y rentable.

Entendimiento del cliente:

Permite conocer a fondo la necesidades y comportamiento del consumidor, los que ayuda a crear estrategia más efectiva, personalizada y centrada en generar valor y fidelidad.

Análisis de la competencia:

Permite conocer la fortaleza, debilidades y movimientos del mercado ayudando a la empresa a tomar mejores decisiones, diferenciarse y crecer estratégicamente.

Selección de canales de comunicación:

Permite transmitir el mensaje al público ideal de forma clara, eficiente y estratégica, optimizando el impuesto, los recursos y la conexión con los clientes.

Optimización de la presencia online:

Permite a la empresa ser más visible, confiable y efectiva en el entorno digital, atrayendo más clientes y fortaleciendo su posicionamiento en el mercado.

Storytelling y testimonios:

Permite conectar emocionalmente con el público, generar confianza y aumentar las ventas, mostrando el valor de la marca a través de historias reales y cercanas.

Plan de Marketing:

Es clave porque permite planificar, ejecutar y medir estrategias comerciales de forma organizada y efectiva, ayudando a alcanzar los objetivos de las empresas con mayor eficiencia.

Creación de nueva oportunidades:

Permite identificar y aprovechar idea su necesidades del mercado, impulsando la innovación, el crecimiento y la ventaja competitiva de la empresa.

Atención personalizada:

Permite a la empresa concretar de forma cercana con sus clientes ofreciendo soluciones adaptadas que mejoran la satisfacción, fortalecen la fidelidad y aumentan el valor de la marca.

Ser un experto en el campo:

Permite generar confianza, mejorar el posicionamiento y destacar en el mercado al demostrar conocimiento, profesionalismo y dominio en la industria.

Técnica:

Es esencial porque permite aplicar estrategias de forma precisa, eficiente y profesional, logrando mejores resultados y un mayor impacto comercial.

Marketing de contenido:

Es importante porque permite atraer, educar y fidelizar al público con información de valores aumentando las ventas de forma natural y efectiva.

Optimización de contenido:

Permite mejorar el alcance, la claridad y la efectividad de los mensajes digitales, ayudando a posicionar mejor a la marca, atraer más audiencia y aumentar conversiones.

Marketing en redes sociales:

Permite a la empresa conectar con su público, aumentar su visibilidad y generar venta de forma efectiva, interactiva y segmentado.

Email Marketing:

Permite a la empresa comunicarse directamente con sus clientes, aumentar la venta, fidelizar y medir resultados, todos de forma económica, personalizada y automatizada.

Marketing de influencers:

Permite a la marca llegar a su público ideal con mensajes más creíbles, aumentando la visibilidad, la confianza y la venta a través de líderes de opinión en redes sociales.

Identidad y notoriedad de marca:

Permiten que una empresa sea reconocida, recordada y preferida por los consumidores, generando confianza.

Adquisición y retención de cliente:

Permiten atraer nuevos compradores y conservar a los actuales, lo que garantiza crecimiento y rentabilidad.

Posicionamiento y segmentación de mercado:

Ayudan a identificar al público ideal y a destacar frente a la competencia permitiendo crear mensajes más efectivos y fortalecer la imagen de marca.

Ciclo de retroalimentación y desarrollo de productos:

Esta herramienta permite mejorar los productos continuamente a partir de la opinión del cliente, reduciendo errores.

Confianza de los inversores:

Permite a la empresa obtener financiamiento, mejorar su imagen, planificar a largo plazo y crecer de forma sólida.

Ventaja competitiva y entrada en el mercado:

Permite a la empresa diferenciarse de la competencia y posicionarse con éxito, facilitando la aceptación del producto y el crecimiento sostenido.

Crecimiento de la operaciones comerciales:

Se enfoca en expandirse, aumentar ventas y mejorar su eficiencia, asegurando su posicionamiento, rentabilidad y sostenibilidad en el mercado.

Creación de defensores de la marca:

Es una herramienta clave para ganar visibilidad, aumentar la confianza del público, reducir el costo de marketing y fortalecer la imagen de marca a través de clientes leales y satisfechos.

Estrategias Basada en Datos:

Esta herramienta permite conocer mejor al cliente, personalizar decisiones acertadas y mejorar el rendimiento del marketing.

Definir la propuesta de valor:

Es importante porque permite conectar con el cliente, diferenciarse, generar confianza y alinear todos los esfuerzos de marketing, ventas y desarrollo de productos.

Segmentar el público:

Permite a la empresa entregar el mensaje correcto al cliente, de manera más personalizada eficiente y rentable.

Analizar a la competencia:

Permite conocer el mercado, identificar fortalezas y debilidades propias y ajenas y tomar decisiones estratégicas para mejorar la posición y el desempeño de la empresa.

Establecer canales de comunicación:

Permite conectar con el público objetivo de manera clara y efectiva, mejorando la experiencia del cliente.

Aumentar y optimizar la presencia en la red:

Permite a la empresa ser visible, relevante y competitiva en el entorno digital, donde la mayoría de los consumidores buscan, comparan y compran productos o servicios.

Contar una historia y utilizar testimonios:

Es importante porque permite a la marca conectar emocionalmente con el cliente, generar confianza, ser recordada y destacar frente a la competencia que influye directamente en la decisión de compra.

Crear un plan de marketing:

Es esencial para el éxito de cualquier empresa, ya que proporciona una guía clara, estratégica y organizada para alcanzar objetivos comerciales.

Crear nueva oportunidades:

Permite a las empresas crecer, innovar, adaptarse a los cambios del mercado, generar nuevas fuentes de ingresos.

Ofrecer atención personalizada:

Es importante porque mejora la experiencia del cliente, aumenta la fidelidad, permite conocer mejor sus necesidades.

Ser un experto en el campo:

Es una herramienta clave que aporta autoridad, confianza, valor los que impacta, directamente en la captación y fidelización de cliente.

Herramientas de autogestión personal del desempeño:

Es importante porque permite a las personas tomar control de sus trabajos, cumplir metas, mejorar habilidades y contribuir al éxito de la organización.

Herramientas de organización y gestión:

Son de importancia para que una empresa funcione de manera eficiente, adaptativa y competitiva. Para alcanzar metas, optimizar recursos y mantener la calidad y el compromiso dentro de la organización.

Herramientas para la marca personal:

Esta herramienta es importante porque permite la percepción y reputación que la persona tiene sobre ti como profesional. No se trata solo de tu imagen externa sino de cómo comunicar tu valor, habilidades, experiencias, principios y propósitos.

B) Identifique para una herramienta de cada categoría al menos otras 2 herramientas de otras categorías con la cuales ustedes identificó tiene relación en el proceso de emprendimiento en su carrera y justifique cada caso.

El concepto de Agencia de Marketing Digital 2.2 se relaciona con el proceso de Trafficker Digital 2.4.

Justificación:

La agencia de marketing digital y el trafficker digital están directamente relacionados porque trabajan juntos para ejecutar y optimizar campañas digitales, combinando estrategia y especialización técnica para lograr los objetivos de una marca en el entorno digital.

C) Si usted comienza mañana a trabajar como emprendedor en su carrera ¿ Cuáles serían las 2 herramientas de cada categoría que le serían más difíciles para trabajar? Justifique su elección en cada caso y proponga un plan de acción para solucionar esa situación.

1)Análisis de Datos y métrica en la mercadotecnia.

2) Estrategia Basada en Datos.

Análisis de datos y métrica en la mercadotecnia:

Sería difícil porque requiere conocimiento técnico para interpretar correctamente los datos. Muchas empresas no saben qué métrica es realmente relevante.

Si los datos no se analizan bien, se pueden tomar decisiones erróneas.

Estrategias basada en Datos:

Es difícil transformar datos complejos en acciones clara y efectiva si no hay experiencia.

PLAN DE ACCIÓN PARA SOLUCIONAR LA SITUACIÓN:

Acción:

Capacitación en herramientas como Google Analytics, Data Studio, Excel y CRM

Solución:

Dar al equipo los conocimientos técnicos necesarios.

Acción:

Asignar roles específicos para el análisis de datos analistas o responsable por área.

Solución:

Tener control y seguimiento continuo de los datos.