

ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA Q2SM



MANUAL DE IMPLEMENTACIÓN

Johanna Acuña
Nidya Bohórquez Bojacá
Mónica Candanoza Rey



ÍNDICE

01	OBJETIVO DE ESTE MANUAL
02	ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO
03	IDENTIDAD VISUAL
06	REDES SOCIALES
14	CRONOGRAMA DE PUBLICACIONES
18	PAGINA WEB
20	GOOGLE ADS
21	HERRAMIENTAS RECOMENDADAS
23	CONSIDERACIONES FINALES



OBJETIVO DE ESTE MANUAL



IMPORTANCIA DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN

La transformación digital ha emergido como un pilar fundamental en la modernización de industrias tradicionales como la construcción. A través de la digitalización de procesos, las empresas del sector pueden optimizar su eficiencia, reducir costos y mejorar la calidad de sus proyectos. El uso de tecnologías como BIM (Building Information Modeling), análisis de datos, y plataformas colaborativas ha permitido una mayor coordinación entre las partes involucradas en un proyecto, aumentando la precisión y reduciendo los riesgos asociados. Además, la adopción de estrategias digitales en marketing y comunicación permite a las empresas del sector mejorar su posicionamiento en un mercado cada vez más competitivo, incrementando su visibilidad y atrayendo nuevos clientes.

El objetivo de este manual es proporcionar a Q2SM S.A.S. una guía clara y práctica para la implementación de una estrategia digital que impulse su crecimiento y posicionamiento en el mercado de la construcción. Este documento aborda las mejores prácticas de benchmarking, diagnóstico interno, diseño de estrategias digitales y su implementación. Además, incluye recomendaciones para la adopción de una cultura de innovación y la gestión de riesgos asociados, con el fin de maximizar los beneficios operativos y financieros de la transformación digital.

COMO LOGRAR MEJOR POSICIONAMIENTO

EN UN ENTORNO DIGITAL CADA VEZ MÁS COMPETITIVO, Q2SM NECESITA ESTABLECER UNA PRESENCIA SÓLIDA Y CONSISTENTE EN LÍNEA PARA MANTENERSE RELEVANTE Y COMPETITIVA

- A través de SEO y publicidad digital, la empresa se posicionará de manera más efectiva en los resultados de búsqueda, mejorando su presencia en el entorno digital.
- Atraer a potenciales clientes interesados en los productos o servicios mediante contenido relevante y campañas personalizadas.
- Mejorar la conversión de ventas utilizando estrategias de remarketing y optimización de la experiencia del usuario (UX) en el sitio web para aumentar la tasa de conversión de visitantes a clientes.
- Implementar técnicas de email marketing y contenido personalizado para mantener a los clientes actuales comprometidos con la marca.
- Implementar herramientas analíticas para monitorear el rendimiento de las campañas y realizar ajustes continuos.

Cada vez más empresas invierten en estrategias digitales, por lo que no estar presente en estos canales puede resultar en la pérdida de oportunidades comerciales. El proyecto permitirá a la empresa competir en igualdad de condiciones con otras marcas que ya están bien posicionadas en el ámbito digital. Impulsar el uso de las redes sociales, el correo electrónico y otras plataformas, para que la empresa pueda interactuar de manera más directa y personalizada con su público objetivo, lo que ayuda a construir relaciones más sólidas y duraderas

IDENTIDAD VISUAL

EL LOGO OFICIAL DE LA EMPRESA ES EL SIGUIENTE:



COLORES DE MARCA

Paleta de Colores Sugerida

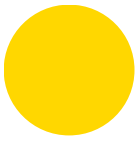
Colores Primarios:

- Negro
Código HEX: #000000
Usos: Texto, fondo, elementos gráficos principales.
- Gris
Código HEX: #808080
Usos: Fondo, texto secundario, bordes.
- Rojo
- Código HEX: #FF0000
- Usos: Elementos destacados, botones, llamadas a la acción.

Colores Secundarios:

- Blanco
Código HEX: #FFFFFF
Usos: Contraste, fondo, tipografía en elementos oscuros.
- Gris Claro
Código HEX: #D3D3D3
Usos: Fondos suaves, separadores, sombras.
- Rojo Oscuro
Código HEX: #A00000
Usos: Para variaciones o acentos que necesiten un tono más sutil.

COLORES DE MARCA



Colores de Acabado:

- Amarillo

Código HEX: #FFD700 (opcional)

Usos: Para detalles o resaltar elementos importantes, aunque debes usarlo con moderación.

Ejemplo de Uso

Fondo Principal: Gris claro o blanco.

Texto Principal: Negro.

Textos Secundarios: Gris.

Elementos Destacados: Rojo.

Botones: Rojo con texto blanco o negro.

Recomendaciones:

Coherencia: Asegúrate de usar los colores de manera consistente en todas las aplicaciones.

Contraste: Verifica que haya suficiente contraste para asegurar la legibilidad.

Psicología del Color: El rojo puede evocar energía y acción, el gris aporta sofisticación, y el negro, elegancia y poder.

TIPOGRAFIA

A CONTINUACIÓN LAS FUENTES RECOMENDADAS PARA CADA PUBLICACIÓN

Tipografía Seleccionada

- Tipografía Principal (para títulos y encabezados)

Fuente: Montserrat , también se recomienda Roboto Slab

Estilo: Negrita

Uso: Títulos, encabezados y elementos destacados.

Razón: Montserrat es una fuente sans-serif moderna, fácil de leer y que transmite una sensación de fortaleza y confiabilidad.

MONTSERRAT
Roboto Slab

- Tipografía Secundaria (para cuerpo de texto)

Fuente: Open Sans o Lato

Estilo: Regular o Semibold

Uso: Texto del cuerpo, descripciones y párrafos.

Razón: Open Sans es versátil y muy legible, ideal para textos largos, lo que es importante en documentos y propuestas.

Open Sans Lato Regular
Light | Medium | Bold | Black

- Tipografía Alternativa (para elementos gráficos o acentos)

Fuente: Oswald o Bebas Neue

Estilo: Regular

Uso: Llamadas a la acción, etiquetas, carteles.

Razón: Oswald es una tipografía más condensada que puede aportar un toque moderno y dinámico.

Oswald **BEBAS NEUE**

Tamaños y Estilos

Títulos: 24-36 pt (dependiendo de la jerarquía).

Subtítulos: 18-24 pt.

Cuerpo de texto: 10-12 pt.

Llamadas a la acción: 14-16 pt, en negrita.

Color de Tipografía

Títulos: Negro o Rojo.

Cuerpo de texto: Gris oscuro o negro.

Elementos destacados: Rojo.

Recomendaciones

Consistencia: Usa las mismas fuentes en todos los materiales de marketing para construir una identidad de marca sólida.

Legibilidad: Asegúrate de que el tamaño de la fuente sea legible en todos los formatos, especialmente en señalización y publicidad.

REDES SOCIALES

FACEBOOK/INSTAGRAM

COMUNICACIÓN VISUAL

- Colores de Marca: Asegúrate de que las imágenes incorporen tu paleta de colores (gris, negro y rojo) de manera coherente. Usa estos colores en textos, gráficos o elementos visuales en las fotos.
- Luminosidad y Contraste: Utiliza imágenes brillantes y bien iluminadas que resalten los detalles. Aumenta el contraste para hacer que los elementos importantes resalten.
- La Calidad de las imágenes es importante, no se deben subir imágenes borrosas.

Tipos de imágenes:

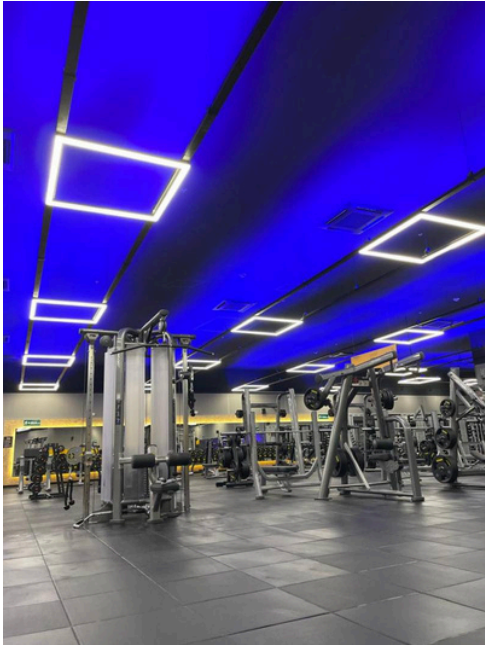
- Proyectos Antes y Después: Publica imágenes que muestren el estado inicial de un local y el resultado final después de la remodelación. Esto destaca la transformación y la calidad de tu trabajo.
- Detallado de Procesos: Comparte fotos del proceso de construcción o remodelación, como instalaciones, trabajos en progreso o detalles técnicos. Esto puede educar a tus seguidores sobre lo que implica tu trabajo.
- Testimonios de Clientes: Usa imágenes de locales terminados junto con citas o testimonios de clientes satisfechos. Esto genera confianza y muestra la calidad de tu trabajo.
- Equipo de Trabajo: Publica imágenes de tu equipo en acción. Esto humaniza la marca y muestra el compromiso y la experiencia de tus trabajadores.
- Proyectos Destacados: Comparte fotos de proyectos únicos o desafiantes. Resalta lo que hace especial cada proyecto y la creatividad detrás de ellos.

Formatos de imagen:

- Cuadrado o Vertical: Usa imágenes en formato cuadrado (1080x1080 px) o vertical (1080x1350 px) para maximizar el espacio en el feed de Instagram.
- Uso de Espacio: Asegúrate de que los elementos principales estén centrados y bien distribuidos. Mantén un balance visual y evita la saturación de información.
- Textos en Imágenes: Si añades texto, utiliza la tipografía de este manual. Mantén el texto corto y claro para facilitar la lectura rápida.

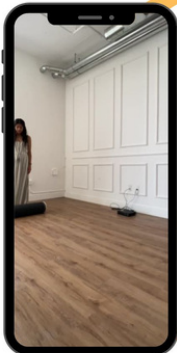
Filtros y edición:

- Consistencia: Usa un filtro o estilo de edición consistente para todas tus imágenes. Esto ayudará a crear una identidad visual reconocible.
- Realismo: Evita efectos demasiado dramáticos. Las imágenes deben ser fieles a la realidad y reflejar la calidad del trabajo. Menos es mas.



**¡TENEMOS
NUEVO
PROYECTO!**

Conoce este antes y
despues



PROYECTO
COMERCIAL

FACEBOOK/INSTAGRAM

COMUNICACIÓN ESCRITA

Hashtags y descripciones de las imágenes:

- Utiliza hashtags relevantes para el sector de la construcción, remodelación y diseño, como #Construcción, #Remodelación, #DiseñoInterior, etc.
- Escribe descripciones que cuenten la historia detrás de la imagen, detallen el proceso o mencionen a los clientes involucrados.

Tono de voz:

- Profesional y Confiable: Usa un tono que transmita seriedad y competencia, dado que los clientes buscan confianza en servicios de construcción.
- Amigable y Cercano: Mantén un enfoque accesible. Evita jerga técnica excesiva para que la comunicación sea comprensible para todos.
- Inspirador y Positivo: Fomenta una sensación de posibilidad y mejora, resaltando cómo tu trabajo transforma espacios.

Estilos de escritura:

- Claridad y Concisión: Sé directo y claro en tus mensajes. Utiliza oraciones cortas y evita rodeos.
- Estructura: Usa párrafos cortos y subtítulos cuando sea necesario. Esto facilita la lectura, especialmente en textos más largos.
- Llamadas a la Acción: Incluye llamados claros a la acción (CTAs), como "Contáctanos para un presupuesto", "Descubre nuestros servicios", etc.

Lenguaje:

- Técnico pero Accesible: Incluye términos específicos de la industria cuando sea necesario, pero asegúrate de explicarlos si crees que el público no está familiarizado.
- Visualización de Resultados: Usa descripciones que ayuden a los clientes a imaginar el resultado final. Por ejemplo, "Imagina un espacio iluminado y moderno que atraiga a tus clientes."

FACEBOOK/INSTAGRAM

COMUNICACIÓN ESCRITA

Ejemplos:

- Presentación de Servicios:

“Ofrecemos soluciones integrales de construcción y remodelación para locales comerciales. Desde el diseño hasta la ejecución, estamos contigo en cada paso del camino.”

- Testimonios:

“Nuestros clientes son nuestra mejor carta de presentación. Aquí está lo que [Nombre del Cliente] dice sobre su experiencia con nosotros.”

Errores a evitar:

- Terminología Confusa: No asumas que todos los clientes conocen el vocabulario técnico.
- Falta de Personalización: Trata de personalizar tus mensajes tanto como sea posible. Utiliza el nombre del cliente cuando sea apropiado.
- Ambigüedad: Sé específico en lo que ofreces y evita generalidades.

LINKEDIN

COMUNICACIÓN VISUAL

- Profesional y Limpio: Mantén un diseño sobrio y ordenado. Evita el uso excesivo de elementos gráficos que distraigan.
- Colores de Marca: Usa tu paleta de colores (gris, negro y rojo) de manera coherente en todos los gráficos e imágenes.
- Tipografía Consistente: Utiliza las fuentes definidas en tu manual de marca para mantener la coherencia.

Tipos de imágenes:

- Imágenes de Proyectos:

Descripción: Publica fotos de alta calidad de proyectos finalizados o en proceso. Muestra detalles arquitectónicos o acabados.

Ejemplo: Una imagen de un local remodelado con una breve descripción del proyecto.

- Infografías:

Descripción: Crea infografías que muestren estadísticas relevantes de la industria, tendencias en construcción, o pasos del proceso de remodelación.

Ejemplo: Una infografía sobre "5 Pasos para una Remodelación Exitosa", utilizando colores de marca y tipografía coherente.

- Testimonios Visuales:

Descripción: Utiliza imágenes de clientes satisfechos junto con sus testimonios. Esto genera confianza.

Ejemplo: Una imagen de un cliente en su nuevo espacio con un breve comentario sobre su experiencia.

- Videos Cortos:

Descripción: Publica videos que muestren el proceso de remodelación o entrevistas breves con el equipo.

- Ejemplo: Un video timelapse de una remodelación desde el inicio hasta el final.

Formatos de imagen:

- Cuadrado y Horizontal: Usa imágenes en formato cuadrado (1080x1080 px) o horizontal (1200x628 px) para adaptarse al feed de LinkedIn.
- Uso del Espacio: Asegúrate de que los elementos principales estén centrados. Mantén un balance visual y suficiente espacio en blanco.
- Textos en Imágenes: Si incluyes texto en las imágenes, asegúrate de que sea breve y fácil de leer. Utiliza colores de alto contraste con el fondo.

LINKEDIN

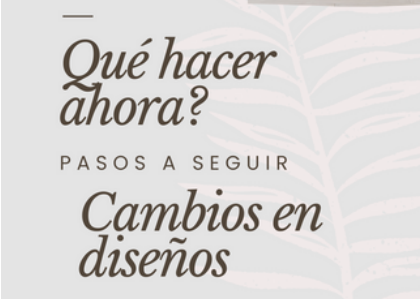
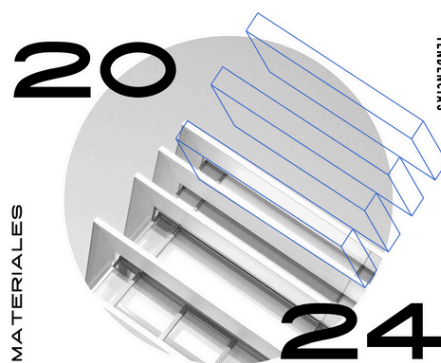
COMUNICACIÓN VISUAL

Filtros y edición:

- Consistencia: Mantén un estilo de edición que sea coherente en todas tus imágenes, evitando filtros excesivos. La luz natural suele ser la mejor opción.
- Enfoque en la Calidad: Asegúrate de que las imágenes sean de alta resolución y bien enfocadas.

Formatos de imagen:

- Demasiados Elementos: Evita la sobrecarga visual. Un diseño limpio es más efectivo.
- Imágenes de Baja Calidad: Siempre usa imágenes de alta resolución.
- Incoherencia Visual: Asegúrate de que todos los elementos visuales sigan la misma línea estética.



LINKEDIN

COMUNICACIÓN ESCRITA

Hashtags y descripciones de las imágenes:

- No se recomienda el uso de hashtags para esta red social. tener claro que el enfoque aca es mas profesional y tambien de captación del recurso humano.

Tono de voz:

- Profesional y Serio: Utiliza un tono que transmita autoridad y experiencia en el sector.
- Informativo y Educativo: Comparte conocimientos y datos que demuestren tu expertise.
- Cercano y Colaborativo: Aunque es un entorno profesional, es importante mostrar apertura a la interacción y colaboración.

Estilos de escritura:

- Claridad y Precisión: Sé claro y conciso en tus mensajes. Evita la jerga excesiva.
- Estructura: Usa párrafos cortos, listas con viñetas y subtítulos para mejorar la legibilidad.
- Llamadas a la Acción: Incluye CTAs sutiles, como "Conéctate con nosotros para más información" o "Contáctanos para discutir tu próximo proyecto".

Contenido específico:

- Publicaciones de Actualizaciones: Comparte logros, nuevos proyectos o colaboraciones.

Ejemplo: "Nos complace anunciar que hemos comenzado la remodelación del local de [Nombre del Cliente]. Este proyecto representa una gran oportunidad para transformar su espacio comercial y mejorar la experiencia del cliente.

- Artículos y Blog Posts: Publica artículos que aborden temas relevantes en el sector, como tendencias, mejores prácticas, o estudios de caso.

Ejemplo de Título: "5 Tendencias en Diseño de Espacios Comerciales para 2025"

Ejemplo de Introducción: "El diseño de espacios comerciales está en constante evolución. En este artículo, exploramos las tendencias que están moldeando la industria y cómo puedes aplicarlas a tu negocio."

- Casos de Éxito: Comparte estudios de caso que muestren el impacto de tus servicios.

Ejemplo: "Nuestro último proyecto en [Nombre del Local] logró aumentar la satisfacción del cliente en un 30% tras la remodelación. Aquí te contamos cómo lo hicimos."

LINKEDIN

COMUNICACIÓN ESCRITA

Lenguaje:

- Técnico pero Accesible: Incluye términos del sector, pero asegúrate de explicar conceptos si es necesario.
- Enfoque en Resultados: Usa descripciones que destaquen los beneficios y resultados tangibles de tus proyectos.

Ejemplos:

- Presentación de Servicios:

“En Q2SM , ofrecemos soluciones integrales de construcción y remodelación para locales comerciales. , nuestro equipo está listo para transformar tu visión en realidad.”

- Invitación a Conexión:

“Siempre buscamos nuevas oportunidades de colaboración. Si trabajas en el sector de retail o tienes un proyecto en mente, ¡conectemos!”

- Enfoque de reclutamiento:

“En Q2SM , ofrecemos un ambiente laboral que permitirá crecimiento, conoce nuestras vacantes...”

Errores a evitar:

- Falta de Actualización: Mantén tu perfil y contenido actualizados. Publica regularmente.
- Demasiado Informal: Evita un tono demasiado casual. LinkedIn es una plataforma profesional.
- Contenido Irrelevante: Asegúrate de que todas las publicaciones sean relevantes para tu audiencia profesional.

PLAN DE MARKETING DIGITAL REDES SOCIALES

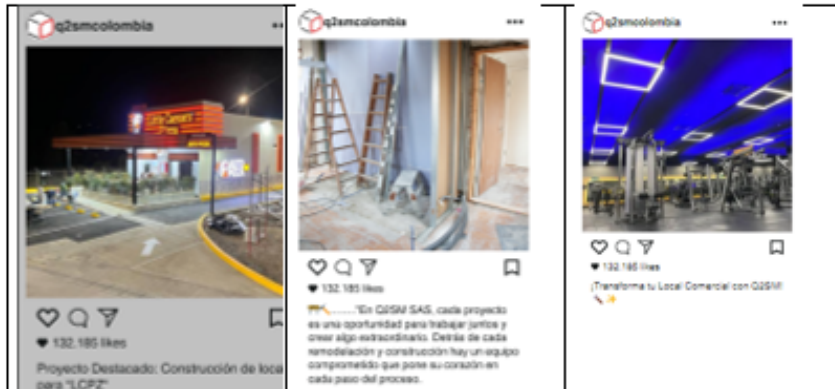
Objetivo general: Aumentar la visibilidad de la marca en canales digitales como Facebook, LinkedIn e Instagram.					
Canal de comunicación	Objetivo específico	Planeador de contenidos para el mes.			
		Semana 1			
		Lunes (LinkedIn)	Miércoles (Facebook)	Viernes (Instagram)	
		Tipo de Contenido	Tipo de Contenido	Tipo de Contenido	
Redes Sociales	Aumentar en un 50% la interacción en las redes sociales de la empresa en un plazo de 6 meses, mediante la publicación de contenido relevante sobre proyectos de remodelación comercial, para llegar a clientes potenciales, y la implementación de estrategias de engagement, logrando que al menos el 15% de los leads generados en redes sociales se conviertan en oportunidades de negocio.	Publicación sobre la experiencia de Q2SM en la industria de la construcción y remodelación comercial en Colombia. Usa imágenes del equipo trabajando en un proyecto y un testimonio breve de un cliente satisfecho.		Tips para adaptar un local comercial para aumentar el flujo de clientes. Incluye imágenes antes y después de una remodelación exitosa.	Video corto (Reels) mostrando un proyecto de remodelación en proceso, con enfoque en los detalles creativos y de diseño.
		Semana 2			
		Martes (Instagram)	Miércoles (LinkedIn)	Viernes (Facebook)	
		Tipo de Contenido	Tipo de Contenido	Tipo de Contenido	
		Publicación de carrusel con ejemplos de los tipos de locales comerciales que Q2SM ha adaptado (tiendas, restaurantes, gimnasios). Usa hashtags populares del sector.		Artículo corto sobre tendencias de diseño y construcción sostenible en locales comerciales.	Testimonio en video de un cliente hablando sobre su experiencia con Q2SM. Promocionar el servicio de personalización de locales.
		Semana 3			
		Lunes (LinkedIn)	Miércoles (Instagram)	Viernes (Facebook)	
		Tipo de Contenido	Tipo de Contenido	Tipo de Contenido	
		Detallar un proyecto reciente con imágenes y describir cómo Q2SM superó los desafíos del cliente.		Publicación de "detrás de cámaras" mostrando el proceso de construcción y remodelación, con un enfoque en el trabajo en equipo.	Promoción de los servicios ofrecidos por Q2SM.
		Semana 4			
		Martes (Instagram)	Miércoles (LinkedIn)	Viernes (Facebook)	
		Tipo de Contenido	Tipo de Contenido	Tipo de Contenido	
		Historia destacando al equipo de Q2SM, resaltando las habilidades y experiencia de los trabajadores.		Infografía destacando los beneficios de trabajar con Q2SM en términos de tiempos de entrega y calidad de ejecución.	Resumen del mes, destacando proyectos completados y recordando los servicios ofrecidos por Q2SM.

PLANTILLA DE CONTENIDO DE REFERENCIA

PARRILLA DIGITAL Q2SM S.A.S		
Semana 1		
Lunes (LinkedIn)	Miércoles (Facebook)	Viernes (Instagram)
<p>En Q2SM SAS, llevamos más de 10 años impulsando el éxito de negocios a través del diseño, construcción, y remodelación de espacios comerciales que no solo cumplen con los más altos estándares, sino que también reflejan la identidad única de cada marca....</p> <p>En Q2SM, no solo diseñamos y construimos espacios comerciales, creamos ambientes que inspiran y conectan a las marcas con sus clientes. Si buscas una empresa confiable y con una sólida trayectoria, somos tu socio estratégico para transformar tu espacio.</p> <p>Conéctate con nosotros para conocer más sobre cómo podemos llevar tu proyecto al siguiente nivel. 📞</p> <p>#ConstrucciónComercial #Remodelación #Innovación #Sostenibilidad #Q2SMSAS #EspaciosComerciales</p>	<p>¡3 Tips para Adaptar tu Local Comercial y Aumentar el Flujo de Clientes! 📌📍</p> <p>¿Sabías que el diseño de tu espacio comercial puede influir directamente en la cantidad de clientes que atraes? En Q2SM SAS somos expertos en adaptar locales comerciales y hoy te compartimos algunos Tips clave para optimizar tu negocio y atraer más clientes....</p> <p>En Q2SM SAS, te ayudamos a adaptar tu espacio comercial para que no solo sea funcional, sino también atractivo para tus clientes. ¡Contáctanos y hagamos de tu local un lugar donde quieran volver!</p> <p>📞 Contáctanos hoy mismo y descubre cómo podemos transformar tu negocio.</p>	<p>🏠 Dale un vistazo a los detalles detrás de nuestra última remodelación en proceso! 🏗️🌟</p> <p>Cada rincón cuenta, y en Q2SM SAS, nos enfocamos en la creatividad y precisión para transformar espacios comerciales únicos. Desde la selección de materiales hasta el diseño final, cuidamos cada detalle para crear un ambiente que inspire a tus clientes.</p> <p>👷 Progreso en cada etapa, innovación en cada decisión. ¡Esto es solo el comienzo!</p> <p>🏠 ¡Pronto verás el resultado final! 🏡</p> <p>#RemodelaciónComercial #DetallesCreativos #ProcesoDeConstrucción #Q2SMSAS #TransformandoEspacios</p>
Imagen	Imagen	Imagen
		

Semana 2		
<p>Martes (Instagram)</p> <p>"¡Transformamos tus espacios comerciales en experiencias únicas! Mira algunos de los proyectos más recientes que hemos adaptado. Desde tiendas modernas hasta gimnasios de última tecnología, hacemos realidad tus ideas. 🚀"</p> <p>Hashtaga: #DiseñoDeLocales</p>	<p>Miércoles (LinkedIn)</p> <p>Tendencias en Diseño y Construcción Sostenible de Locales Comerciales</p> <p>El diseño y la construcción sostenible están marcando el rumbo en el sector comercial, respondiendo a la creciente demanda de prácticas responsables y respetuosas con el medio ambiente. Las empresas están adoptando enfoques que no solo reducen su huella ecológica, sino que también mejoran la experiencia del cliente. Aquí te presentamos algunas de las principales tendencias.... Sigue elaboración del artículo.</p> <p>#Sostenibilidad #DiseñoComercial #ConstrucciónSostenible #InnovaciónVerde #LocalesSostenibles #EficienciaEnergética</p>	<p>Viernes (Facebook)</p> <p>Texto en pantalla: "Transforma tu local comercial con Q2SM. ¡Personaliza cada detalle y haz que tu espacio destaque! Contáctanos hoy."</p> <p>Hashtaga sugeridos para Facebook: #Q2SM #RemodelaciónComercial #DiseñoPersonalizado #LocalesComerciales #RenuevaTuEspacio</p>
Imagen	Imagen	Imagen
		

Semana 3		
<p>Lunes (LinkedIn)</p> <p>Proyecto Destacado: Construcción de local para "LCPZ"</p> <p>Descripción del Proyecto En Q2SM SAS, nos enorgullecemos de hacer realidad las ideas de nuestros clientes y transformar sus espacios comerciales en experiencias únicas. Uno de nuestros proyectos más recientes fue la construcción del local para LCPZ, un cliente que buscaba crear un ambiente moderno y acogedor para sus clientes, alineado con su concepto gastronómico....</p> <p>Texto de cierre y llamada a la acción: ¿Necesitas transformar tu local comercial? En Q2SM SAS, estamos listos para convertir tu espacio en un lugar que realmente refleje tu marca. ¡Contáctanos hoy!</p> <p>Hashtaga sugeridos: #Q2SM #RemodelaciónComercial #DiseñoPersonalizado #ProyectosDeÉxito #Innovación #ConstrucciónSostenible #LocalesComerciales</p>	<p>Miércoles (Instagram)</p> <p>Publicación de Detrás de Cámaras: Construcción y Remodelación en Acción</p> <p>👷🏻....."En Q2SM SAS, cada proyecto es una oportunidad para trabajar juntos y crear algo extraordinario. Detrás de cada remodelación y construcción hay un equipo comprometido que pone su corazón en cada paso del proceso. 🚀🔧 Si tienes una visión para tu local comercial, ¡nosotros la hacemos realidad!"</p> <p>#DetrásDeCámaras #RemodelaciónComercial #ConstrucciónEnProceso #TrabajoEnEquipo #EspaciosComerciales #Q2SM #DiseñoYConstrucción #TeamWork</p>	<p>Viernes (Facebook)</p> <p>¡Transforma tu Local Comercial con Q2SM! 🚀🔧</p> <p>¿Estás buscando darle un nuevo aire a tu negocio? En Q2SM SAS, somos especialistas en el diseño, construcción, remodelación y adaptación de todo tipo de locales comerciales. Ya sea que necesites modernizar una tienda, crear el ambiente perfecto en tu restaurante, o darle funcionalidad a tu gimnasio, ¡estamos aquí para hacerlo realidad!</p> <p>Nuestros Servicios....</p> <p>¿Por qué elegirnos...?</p> <p>¡Haz crecer tu negocio con un local que impresione a tus clientes! 🚀 Contáctanos hoy para una asesoría gratuita y descubre cómo podemos transformar tu espacio comercial. ¡Estamos listos para hacer realidad tu visión!</p>
Imagen	Imagen	Imagen



Semana 4		
Martes (Instagram)	Miércoles (LinkedIn)	Viernes (Facebook)
<p>"Conoce al Equipo de Q2SM" 👤 👤 📸</p> <p>Texto sobre imagen/video: "Detrás de cada proyecto exitoso hay un equipo increíble. Hoy te presentamos al equipo de Q2SM, los verdaderos arquitectos de la transformación de espacios comerciales."</p> <p>Hashtags sugeridos: #Q2SM #EquipoDeTrabajo #RemodelaciónComercial #ConstrucciónComercial #DiseñoDeEspacios #DetrásDeCámaras #TrabajoEnEquipo #TransformaTuNegocio</p>	<p>Beneficios de trabajar con Q2SM SAS en tus proyectos comerciales 🏡 🛠️ ⚡</p> <p>"Porque tu tiempo es valioso, nosotros lo <u>respetamos</u>"</p> <p>Llamado a la acción: 👉 ¡Contáctanos para más información y comencemos tu proyecto hoy!</p> <p>Hashtags sugeridos: #Q2SM #RemodelaciónComercial #CalidadYTiempo #EficienciaComercial #SolucionesAmedida #DiseñoYConstrucción</p>	<p>🌟 ¡Resumen del Mes con Q2SM! 🏡</p> <p>Este mes ha sido increíble para el equipo de Q2SM SAS, ¡y queremos compartir con ustedes algunos de nuestros logros más destacados! 📦 🏡</p> <p>Proyectos completados</p> <p>Servicios ofrecidos</p> <p>¡Acompáñanos en este emocionante viaje de transformación!</p> <p>Si estás pensando en renovar tu local comercial o darle una nueva vida a tu espacio, Q2SM es tu aliado perfecto. ¡Ponte en contacto con nosotros para una asesoría gratuita y descubre cómo podemos hacer realidad tu visión!</p> <p>🌐 www.q2sm.com 📞 Contactanos hoy: +57 310 588 50 65</p> <p>Hashtags sugeridos: #Q2SM #TransformaTuLocal #RemodelaciónComercial #DiseñoDeEspacios #ConstrucciónDeLocales #ResultadosQueInspiran</p>
Imagen	Imagen	Imagen



PAGINA WEB

- Coherente con la Marca: Asegúrate de que todos los elementos visuales (colores, tipografía, imágenes) estén alineados con tu identidad de marca.
- Simplicidad y Funcionalidad: Mantén un diseño limpio y fácil de navegar. Evita la sobrecarga de información.
- Mantener la paleta de colores y tipografía sugeridas en este manual.

Tipos de imágenes:

- Alta Calidad: Usa imágenes de alta resolución de tus proyectos. Muestra el trabajo terminado, así como el proceso de remodelación.
- Galerías de Proyectos: Incluye secciones de "Antes y Después" o portafolios de trabajos anteriores.
- Imágenes del Equipo: Muestra a tu equipo en acción para humanizar la marca.

Diseño de la pagina:

- Página de Inicio:

Hero Image: Una imagen impactante de un proyecto destacado con un CTA claro como "Solicita un Presupuesto".

Resumen de Servicios: Breves descripciones con iconos que representen cada servicio.

- Página de Servicios:

Secciones Clave: Cada servicio debe tener su propia sección con imágenes relevantes y descripciones claras.

CTAs: Incluir botones de "Contáctanos" o "Más Información".

- Página de Proyectos:

Galería Visual: Una cuadrícula de imágenes de proyectos anteriores con breves descripciones o enlaces a estudios de caso.

- Testimonios:

Diseño Visual: Usa un formato atractivo con citas de clientes y fotos de sus locales remodelados.

- Elementos Interactivos

Botones: Asegúrate de que sean visibles y estén diseñados para resaltar, utilizando colores de marca.

- Formulario de Contacto: Simple y directo, con un diseño claro que invite a la acción.

Tono de voz:

- Profesional y Confiable: Utiliza un tono que transmita autoridad y competencia en el sector de la construcción y remodelación.
- Amigable y Cercano: Mantén un enfoque accesible y cercano, evitando un lenguaje excesivamente técnico que pueda alejar a los clientes potenciales.
- Inspirador: Usa un lenguaje que motive a los visitantes a imaginar las posibilidades de transformar sus espacios.

Estilo de escritura:

- Claridad y Concisión: Usa oraciones cortas y directas. Evita la jerga innecesaria y sé específico en lo que ofreces.
- Estructura: Usa párrafos cortos, listas con viñetas y subtítulos para mejorar la legibilidad. Esto facilita que los usuarios encuentren rápidamente la información que buscan.

Ejemplos:

- Homepage: "En Q2SM, somos expertos en construcción y remodelación de locales comerciales. Transformamos tu visión en realidad, creando espacios funcionales y atractivos que atraen a tus clientes."
- Página de Servicios: "Nuestros Servicios" Descripción: "Ofrecemos una amplia gama de servicios, desde diseño hasta ejecución. Nuestro equipo está preparado para manejar proyectos de cualquier tamaño, garantizando calidad y atención al detalle en cada paso del camino."
- Página de Proyectos: "Explora nuestro portafolio de proyectos anteriores. Cada remodelación refleja nuestro compromiso con la calidad y la satisfacción del cliente. ¡Mira cómo hemos transformado espacios!"
- Llamados a la acción (CTAs): "Solicita un presupuesto hoy mismo."; "Contáctanos para discutir tu proyecto."; "Descubre cómo podemos transformar tu espacio."

Errores a evitar:

- Carga Lenta: Evita imágenes muy pesadas que ralenticen la carga de la página.
- Desorden Visual: No sobrecargues las páginas con texto o imágenes. El espacio en blanco es importante para la legibilidad.
- Inconsistencias: Asegúrate de que todos los elementos visuales sean coherentes en estilo y formato a lo largo de la web.
- Terminología Confusa: No asumas que todos los visitantes están familiarizados con términos técnicos. Siempre explica si usas un término especializado.
- Falta de Personalización: Trata de personalizar tus mensajes para que resuene con las necesidades específicas de tu audiencia.
- Ambigüedad: Sé específico en tus servicios y lo que ofreces. Evita generalidades que no aporten valor

PLAN DE MARKETING DIGITAL

PAGINA WEB

Objetivo general: Aumentar la visibilidad de la página web a través de SEO, SEM, y redes sociales.		
Canal de comunicación	Objetivo específico.	¿Cómo?
Pagina Web:	Incrementar en un 40% el tráfico orgánico de la página web en un plazo de 6 meses, mediante la optimización del SEO, enfocándose en palabras clave relacionadas con la remodelación y diseño de espacios comerciales, logrando que al menos el 30% de los visitantes orgánicos generen leads.	Uso de palabras claves dentro del página web.
		Actualizar fotos y videos de proyectos terminados, estadísticas y clientes.
		Iniciar campañas de redes sociales para generar tráfico hacia la página web (Instagram, Facebook y LinkedIn).

GOOGLE ADS

Una estrategia de Google Ads enfocada en el posicionamiento de marca y la generación de clics pagados es necesario los siguientes puntos:

Palabras claves:

- Remodelación de locales comerciales
- Arquitectura comercial
- Diseño de interiores de tiendas
- Reformas de oficinas
- Diseño de espacios comerciales

Palabras claves Long-tail: Frases de búsqueda.

- mejores arquitectos para remodelar oficinas/ espacios comerciales
- diseño de tiendas retail en Colombia
- empresa de remodelación comercial en Colombia

Terminos de marca:

Incluye variaciones del nombre de la empresa y servicios ofrecidos para garantizar que las búsquedas específicas de la marca también resulten en clics hacia el sitio web.



PLAN DE MARKETING DIGITAL GOOGLE ADS

Objetivo general: Incrementar el tráfico web calificado hacia el sitio web de Q2SM SAS		
Canal de comunicación	Objetivo específico.	¿Cómo?
Google Ads	Incrementar el tráfico del sitio web en un 30% a través de campañas de Google Ads con la opción de campañas de red de búsqueda en un plazo de 6 meses.	<ul style="list-style-type: none"> - Crear listas de palabras clave relacionadas con "remodelación de locales comerciales", "diseño de locales comerciales", "adecuación de locales", "construcción de locales comerciales". - Campañas de búsqueda: Implementación de campañas enfocadas en palabras clave de alto valor. - Monitorizar el rendimiento y ajustar las ofertas de PPC (pago por clic) según los resultados iniciales. - Asignar un presupuesto mensual flexible, comenzando con una inversión más baja y aumentándola progresivamente según el rendimiento. - Revisar ROI de cada campaña y hacer un ajuste presupuestario final.

HERRAMIENTAS RECOMENDADAS

Hootsuite

- Función: Gestión de múltiples cuentas de redes sociales en una sola plataforma. Permite programar publicaciones, monitorear menciones y analizar resultados.
- Beneficio: Ahorra tiempo al permitir la programación de contenido y análisis de rendimiento en diferentes plataformas como Facebook, Instagram, LinkedIn y Twitter.

Buffer

- Función: Similar a Hootsuite, permite programar y gestionar publicaciones en redes sociales.
- Beneficio: Fácil de usar, ideal para equipos pequeños que buscan simplificar la gestión de redes.

Later

- Función: Enfocada principalmente en Instagram, permite la programación visual de publicaciones, incluyendo stories y reels.
- Beneficio: Funciones específicas para Instagram y otras plataformas visuales como Pinterest y TikTok.

Canva

- Función: Herramienta de diseño gráfico fácil de usar para crear contenido visual (imágenes, banners, infografías) para redes sociales.
- Beneficio: No se requieren conocimientos de diseño para crear contenido visual atractivo y de alta calidad.

Google Search Console

- Función: Herramienta gratuita de Google que permite monitorear el rendimiento de un sitio web en los resultados de búsqueda.
- Beneficio: Ofrece información valiosa sobre el tráfico orgánico, problemas de indexación y la optimización de la web.

Mailchimp

- Función: Plataforma de automatización de marketing y email marketing, que permite crear campañas de correo electrónico, gestionar listas de contactos y analizar resultados.
- Beneficio: Fácil de usar y con funcionalidades avanzadas de automatización para pequeñas y medianas empresas.

Google Analytics

- Función: Herramienta gratuita de análisis web que proporciona datos detallados sobre el comportamiento de los usuarios en el sitio web.
- Beneficio: Ayuda a rastrear el rendimiento del sitio web, medir el tráfico, y analizar conversiones y el comportamiento del usuario.

Salesforce

- Función: CRM líder en el mercado para la gestión de relaciones con clientes y automatización de marketing.
- Beneficio: Ofrece potentes herramientas de automatización y seguimiento de leads para grandes equipos de ventas y marketing.

RECURSOS TECNOLOGICOS

Recursos

Equipo informático

- Computadoras de alto rendimiento: Equipos con capacidad para ejecutar programas de diseño, edición de video y herramientas de análisis, como Adobe Creative Suite, Google Analytics y herramientas de automatización.
- Dispositivos móviles y tabletas: Para realizar pruebas de visualización de contenido en distintos formatos y plataformas, asegurando que los anuncios y publicaciones sean visualmente atractivos y funcionales en todos los dispositivos.

Equipo Audiovisual

- Cámara de video y fotografía de alta calidad: Para crear contenido original, especialmente fotos y videos de alta resolución, de proyectos de diseño y construcción de Q2SM SAS. Este contenido es esencial para redes sociales y la página web.
- Micrófono y equipo de grabación de sonido: Importante para grabar audio en entrevistas, videos promocionales y cualquier material multimedia que requiera una calidad de sonido profesional.

Espacio de trabajo

Espacio de trabajo colaborativo: áreas donde el equipo pueda reunirse para planificar y discutir estrategias.

Infraestructura de Conectividad

- Conexión a internet de alta velocidad: Fundamental para la carga de contenido multimedia, uso de herramientas en la nube y plataformas de gestión de redes sociales y anuncios.
- Routers o repetidores de señal: Para asegurar una cobertura de internet estable y rápida en todo el espacio de trabajo.

Recursos para Presentaciones y Socialización de Estrategia

- Pantalla o proyector: Herramientas útiles para la socialización de estrategias, presentación de resultados y reuniones internas o con clientes.
- Impresora y escáner: Para imprimir documentos estratégicos, informes de avance o material visual, en caso de ser necesario en reuniones presenciales.

CONSIDERACIONES FINALES

EL ÉXITO DE CUALQUIER ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL RADICA EN LA COLABORACIÓN EFECTIVA ENTRE LOS EQUIPOS CREATIVOS, TÉCNICOS Y ESTRATÉGICOS.

- La creación de contenido de alta calidad, adaptado a las características de cada plataforma, es fundamental para captar la atención del público objetivo y mantener su interés. Un calendario editorial bien estructurado asegura la consistencia y coherencia en las comunicaciones de la marca.
- Las métricas y el análisis de datos son claves para evaluar el desempeño de las campañas en tiempo real. El monitoreo continuo permite realizar ajustes necesarios para maximizar los resultados, mejorar el retorno de inversión y asegurar que las campañas se mantengan alineadas con los objetivos estratégicos.
- La posibilidad de realizar ajustes sobre la marcha en la estrategia permite responder de manera rápida a los cambios del mercado o del comportamiento del público objetivo. Esto garantiza una campaña ágil, adaptable y relevante.

La guía para la implementación de una estrategia de marketing digital ofrece un marco sólido y estructurado para desarrollar campañas efectivas, asegurando un enfoque centrado en objetivos claros, contenido relevante y optimización continua. A través de las fases propuestas, se garantiza una ejecución metódica, desde la socialización inicial hasta la presentación de resultados finales, permitiendo una comunicación fluida y colaborativa entre todos los actores involucrados.



PLAN DE MERKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA Q2SM S.A.S

Modalidad:

Innovación organizacional

“Business case”

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Magister en administración de empresas