

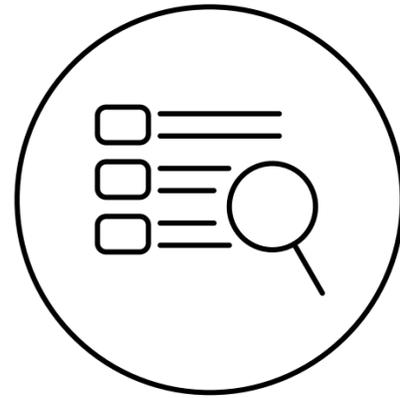
A Y E L E N C U E R V O

Plan de Marketing

C O D E R H O U S E 2 0 2 3

AC

Índice



- 1- Descripción de la marca
- 2- Arquetipos de clientes
- 3- Análisis de situación
- 4- Matriz FODA
- 5- Análisis de competencia
- 6- Análisis de producto

- 7- Objetivos SMART
- 8- Categorías de contenido
- 9- Calendario de contenidos y mockup
- 10- Campaña Meta Ads
- 11- Campaña Google Ads
- 12- Propuesta digital

AC

→ Descripción de la marca



DON JOSÉ
MATERIALES PARA LA
CONSTRUCCIÓN

C O R R A L Ó N D O N J O S É

Corralón Don José es un corralón de materiales para la construcción ubicado en Coronel Martínez de Hoz, pueblo ubicado en el partido de Lincoln, provincia de Buenos Aires.

En el mercado hace aproximadamente 10 años. Comenzaron vendiendo solo productos básicos de construcción como arena, piedra, ladrillo y cementos pero hoy en día cuenta con la venta de cerámicos, pegamentos, baldosas, hierros.

AC

CORRALÓN DON JOSÉ

Arquetipos de cliente



Santiago Felici

- Edad: 31 años
- Residencia: Lujan
- Ocupación: Lic. en Economía
- Nivel Educativo: Universitario
- Estado Civil: Soltero

Hábitos sociales

- Qué redes y sitios usa: LinkedIn, Instagram, Facebook, Infobae.
- Con qué frecuencia: diariamente.
- Cómo participa: leyendo y compartiendo información.
- Qué cuentas o influencers sigue: @scrumespn @crossfitgames @leomessi @nachitosaralegui
- ¿Le interesa el comercio electrónico? ¿Cómo consume?: no tiene mucha idea pero es de consumir comprando productos.

- Pasatiempos: Disfruta estar en su casa, pasar tiempo con su familia, leer e investigar sobre temas de economía. Mirar canales deportivos.
- Costumbres: Comer saludable, hacer Crossfit todos los días. Es super rutinario.
- Contenido digital que consume: LinkedIn, Instagram, Facebook, Infobae.
- Tema sociales que le interesan: Economía, agro, política y sobre todo deportes.
- Qué busca en una marca o empresa: confianza, seguridad, asesoramiento y resolución.

- ¿Qué busca en un producto/servicio digital? Que sea duradero, original y calidad.
- ¿Qué sentimientos desea sentir? deseo de confortabilidad.
- ¿Qué tipo de experiencias evita o no le interesan en internet o redes sociales? no le interesan cuentas de juegos online o apuestas.
- Valores: amabilidad, respeto, compromiso, organizado.
- Miedos: estafas.
- Deseos: crecimiento laboral y personal.

AC

C O R R A L Ó N D O N J O S É

Arquetipos de cliente



Hernán Lazo

- Edad: 45 años
- Residencia: Coronel Martínez de Hoz.
- Ocupación: Albañil
- Nivel Educativo: Secundario completo
- Estado Civil: Casado.

Hábitos sociales

- Qué redes y sitios usa: solo Facebook.
- Con qué frecuencia: A la noche cuando va a dormir
- Cómo participa: viendo videos y comentando publicaciones de amigos.
- Qué cuentas o influencers sigue: cuenta de noticias de su pueblo, cuenta de campo y cuentas de Boca Junior.
- ¿Le interesa el comercio electrónico? ¿Cómo consume? No le interesa y no lo consume.

- Pasatiempo: Jugar a las bochas en el pueblo.
- Costumbres: Tomar mates todas las mañanas, hacer asado todos los domingos al mediodía. Mirar futbol.
- Contenido digital que consume: no consume mucho contenido digital.
- Tema sociales que le interesa: algo de economía y sobre todo el agro.
- Qué busca en una marca o empresa: responsabilidad, amabilidad y seguridad de los productos que ofrece.

- ¿Qué busca en un producto/servicio digital? que sea duradero, confiable, de buena calidad.
- ¿Qué sentimientos desea sentir? sentimiento de confianza.
- ¿Qué tipo de experiencias evita o no le interesan en internet o redes sociales? no le gusta comprar ropa o productos electrónicos ya que desconfía un poco.
- Valores: confianza, respeto, humildad.
- Miedos: desconfianza.
- Deseos: Salud y dinero para él y su entorno.

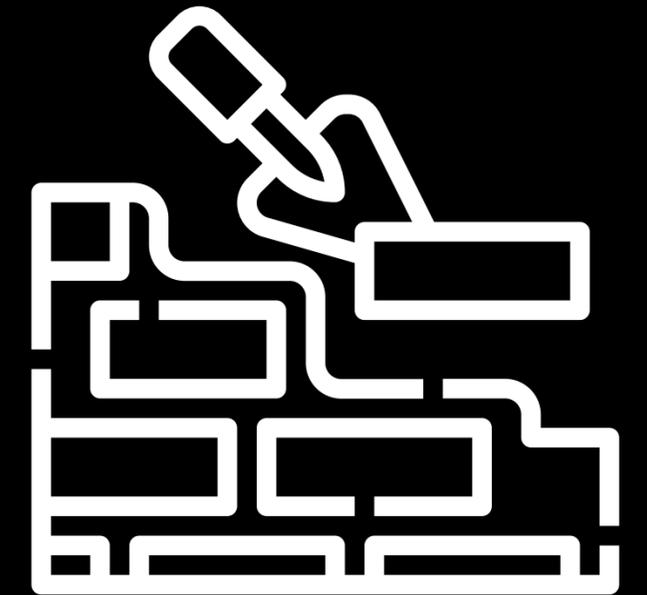
AC

Análisis de situación

ETAPA 1

DEFINICIÓN DEL PROYECTO

CLIENTE	Corralón de materiales
ACTIVIDAD	Venta de materiales para la construcción.
UBICACIÓN	Argentina/Coronel Martinez de Hoz.
CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO/SERVICIO	Ladrillos, chapas, cemento, cal, ceramicos, baldosas.

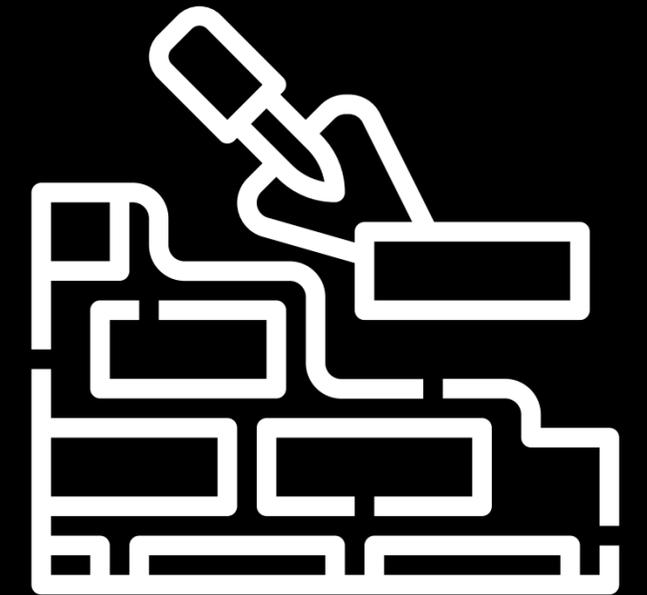


Análisis de situación

ETAPA 1

CONSUMIDOR DEL PROYECTO

EDAD	18-75 años.
SEXO	Indistinto
LUGAR GEOGRÁFICO	Argentina/Coronel Martínez de Hoz
COSTUMBRES/INTERESES	Sueña con la casa propia, trabaja para tal motivo.
FOCO DEL NEGOCIO	BtoC



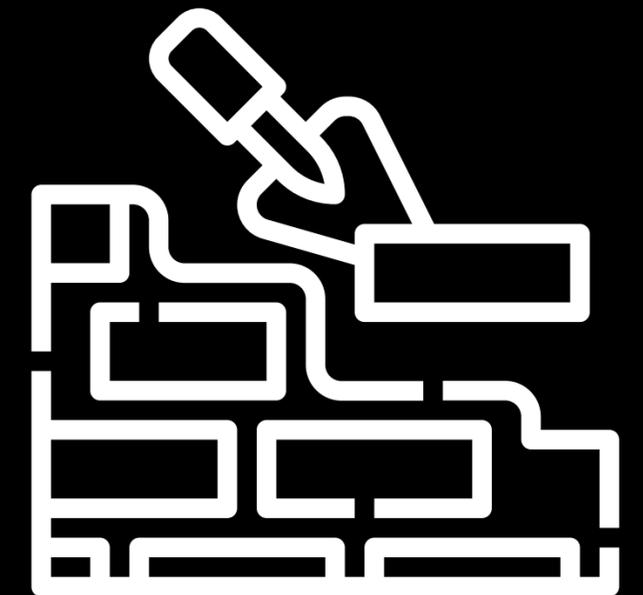
AC

Análisis de situación

ETAPA 1

COMPETENCIA DEL PROYECTO

DIRECTA	Corralón "Hugo".
INDIRECTA	Fábrica ladrillos "LOZA"



Análisis de situación

ETAPA 2

CANALES DEL PROYECTO

¿QUE CANALES TIENE?	Instagram-Whatsapp
¿QUE CONTENIDO PUBLICA EN SUS CANALES? TONO, ESTILO Y RECURSO QUE UTILIZA	Aun no esta bien definido, pero colores fuertes como rojo y negro.



Análisis de situación

ETAPA 2

INDICADORES DEL PROYECTO

CANTIDAD DE SEGUIDORES	160
LIKES, COMENTARIOS O COMPARTIDOS MENSUALMENTE	Likes promedios 6, comentarios 0 y compartidos 0
¿QUE TIPO DE CONTENIDO RECIBE? ¿CUANTO TARDA EN RESPONDER Y COMO LO HACE?	Muy poco consultan sobre precios. Contestan 1/2hs.



Análisis de situación

ETAPA 2

COMPETIDORES DEL PROYECTO

¿QUE CANALES UTILIZA?	WhatsApp
¿CUALES SON SUS TEMAS EN LA AGENDA DE CONTENIDOS?	...
¿CUAL ES SU TONO, ESTILO Y RECURSOS QUE UTILIZA?	...
¿QUE FORMATO DE PUBLICACIÓN COMPARTE?	...



AC



Matriz FODA



F

- *Financiación*
- *Mejor precio que la competencia*
- *Conocimiento local.*

O

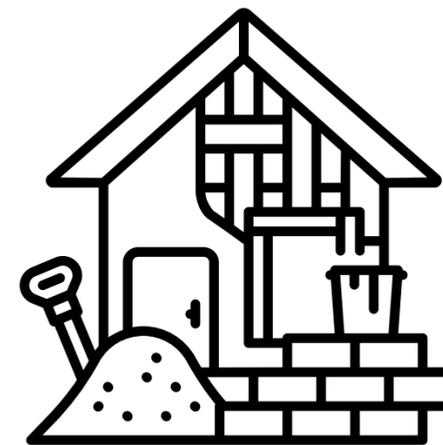
- *Ampliación de productos para la construcción*
- *Suma de productos como por ejemplo Deco, insumos de grifería para la casa.*

D

- *Baja interacción en redes sociales.*
- *Limitación de recursos*
- *Dependencia del mercado local.*

A

- *Competencia*
- *Desaceleración económica*
- *Rubro de difícil promoción.*



Análisis de Competencia

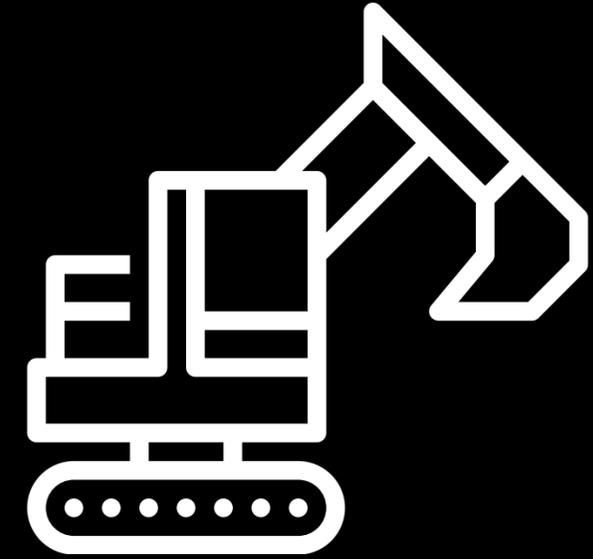
Nº	Factor	CORRALÓN "DON JOSÉ"	CORRALÓN "HUGO" (competencia directa)	SANITARIOS PIROVANOS(competencia indirecta)
1	Productos	Materiales para la construcción, cerámicos, baldosas, chapas, perfiles, etc.	Materiales para la construcción, sobre todo ladrillos, arena y piedras.	Sanitarios, griferías, cerámicos, cañerías, pegamentos.
2	Precio	Accesible, bajo	Un poco elevado.	Muy elevado
3	Calidad	Muy buena	Buena	Muy buena
4	Servicio	Excelente	Bueno	Muy bueno
5	Reputación de la compañía	Muy buena	Intermedia	Muy buena.
6	Ubicación	Se encuentra en Coronel Martínez de Hoz. Pueblo de la provincia de Buenos Aires.	Se encuentra en Coronel Martínez de Hoz. Pueblo de la provincia de Buenos Aires.	Se encuentra en la localidad de Lincoln, provincia de Buenos Aires.
7	Apariencia	Buena. El local necesita algunas modificaciones	Buena, antiguo.	Muy bueno y moderno
8	Método de ventas	Tradicional	Tradicional	Tradicional
9	Publicidad	Muy poca.	Nada	Mucha

Análisis de producto



Mercado ¿Quién compra el producto?	Persona de ambos sexos, que sean de la zona y que puedan o quieran comprar materiales para una construcción.
Necesidades ¿Para qué lo va a usar el comprador?	Para construir su casa o hacer remodelaciones a su gusto.
Riesgos ¿Qué problemas puede tener tus productos/servicios?	Hoy en día la falta de entrega y la economía es el principal riesgo.
Soluciones ¿Cómo tu producto resuelve el problema? ¿Qué alternativas ofrece para generar confianza?	A diferencia de otros corralones de materiales, cuentan con un buen servicio de pago y soluciones para que las personas puedan llegar al sueño de la casa propia.

Objetivos SMC Art



1 OBJETIVO:



Aumentar a 1000 seguidores en Instagram en 2 meses. (Actual 200).

Buscando ideas de contenido para subir y mayor constancia. Armar más reels, publicaciones e historias sobre tips, recomendaciones y para que se usa, de los materiales. Sumar iconos de reacción.

2 OBJETIVO:



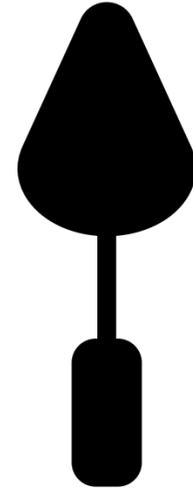
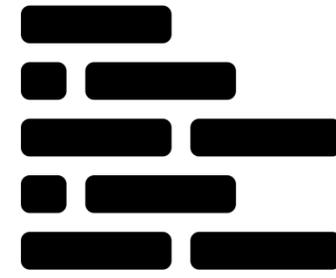
Crear una nueva red social (Facebook) que alcance los 1000 seguidores en los próximos 3 meses.

Investigar y aprender más sobre la red social y comenzar a crear contenido para subir.

3 OBJETIVO:



Aumentar las ventas un 30% en 2 meses. Creando campañas de ventas en las redes sociales para llegar a más gente que pueda consumir nuestros productos.



Categorías de contenido

Community 50%

Memes sobre materiales de construcción en un posteo de Facebook.

Posteo en instagram y Facebook para el día del Arquitecto y del Albañil.

Juego sobre huecos de ladrillos en historias de Instagram.

Marketing 25%

Promos y descuentos en determinados materiales. Publicaciones en Instagram y Facebook.

Antes y después de piletas con baldosas atermicas. Formato historia en Instagram.

Mostrar mediante reel de Instagram la llegada de nuevos materiales al corralón.

Institucional 25%

Posteo de búsqueda de empleo para oficina en facebook e instagram.

Presentación de los empleados en historias de instagram.

Video de las instalaciones del corralón de materiales en un reel de instagram.

CORRALÓN DON JOSÉ

Calendario contenido Facebook
y Mockup



A mockup of a Facebook post for the business 'Corralón de materiales Don José'. The post header shows the business name, a profile picture, and the text 'Patrocinado'. The main text of the post asks '¿Soñás con la casa de tus sueños? ¡Nosotros te ayudamos! Llámamos y te cotizamos.' Below the text is a large image of a hand holding a miniature model of a grey two-story house with a black roof and a porch. A red banner across the image reads 'SOÑAS CON LA CASA IDEAL?'. At the bottom of the post, there is a 'Llama ahora' button and a description: 'Corralón de materiales Don José todo lo que necesitas para construir la casa...'. The bottom of the post features three interaction options: 'Como', 'Comentario', and 'Compartir'.

AC

CORRALÓN DON JOSÉ

Calendario contenido Instagram
y Mockup



CORRALÓN DON JOSÉ

AC

Calendario contenido Tip Top



CORRALÓN DON JOSÉ

AC

Calendario contenido Twitter





Calendario contenido LinkedIn



Campañas en Meta Ads

Nombre del Proyecto: Corralón Don José

Nombre y Apellido: Cuervo Ayelen

Campaña #1: Reconocimiento de la empresa en redes sociales

- ¿Por qué harás este anuncio publicitario para tu marca? Justificar detalladamente:
Para aumentar el número de seguidores y por lo tanto potenciales compradores.

- ¿Qué objetivo de campañas elegirás?:

Reconocimiento de la marca

Campañas en Meta Ads

Conjunto de anuncios #1:

- *Título:* Aumento de seguidores en los próximos 3 meses.
- *Áreas geográficas en la que se mostrará el anuncio de la Campaña #1?:* Quiroga, Las Toscas, Carlos Salas, Coronel Martinez de Hoz. Provincia de Buenos Aires.
- *Edad y sexo de quienes verán tu anuncio:* Entre 18 y 65 años. Sexo indistinto.
- *¿Qué presupuesto vas a utilizar?:* \$8.000 aproximado.
- *¿Cuánto tiempo estará en circulación tu anuncio?:* Desde 01/12/2023 al 01/01/2024
- *¿Realizarás una ubicación manual o automática?* La ubicación será manual.

Campañas en Meta Ads

Anuncio de campaña #1:

- *¿Qué red social elegirás para mostrar tu anuncio?:* Instagram
- *¿Qué formato de contenido utilizarás?:* Historias, publicaciones de tipo Carrusel y video.
- *¿Cómo cargarás ese formato de contenido a la plataforma?:* Directamente desde mi PC

Campañas en Meta Ads

Plan de medición #1:

- *¿Qué resultados deseas obtener exactamente de tus campañas?:* Aumentar seguidores con el objetivo de que más gente reconozca la empresa y por lo tanto obtener más ventas.
- *¿Tendrás una revisión diaria, semanal, quincenal o mensual de tus campañas en la Plataforma?:* La revisión será de manera semanal.

Campañas en Meta Ads

KPI más importantes de la campaña #1:

- *¿Qué KPI está relacionado directamente a tu Objetivo SMART?: seguidores, likes, comentarios, visitas.*
- *Estadísticas/Métricas relacionadas a los KPI?: Seguidores y Visitas al Perfil*

Campañas en Google Ads.

1. Cuenta

¿Cuál es tu página web? Puede ser propia o ficticia: www.corralondonjose.com.ar
veronicapalpacelli@gmail.com

2-Campaña con Red de Búsqueda

¿Cuál será el objetivo de la campaña?: Tráfico

¿Qué nombre le pondrías a tu campaña? Tráfico Corralón Don José

¿Cuál será tu presupuesto? \$3 por día. Total \$270.

¿Qué fecha estará tu campaña en circulación? 01/01/2024 al 01/03/2024

¿Dónde circulará la campaña?: Coronel Martinez de Hoz, Las Toscas, Carlos Salas, Quiroga.
Provincia de Buenos Aires, Argentina.

¿Qué segmentación utilizarás? Entre 18 y 65 años. Sexo indistinto



Campañas en Google Ads.

3-Grupos de Anuncios: #1

Título del Grupo de Anuncio: Materiales, construcción.

¿Qué extensiones de anuncios te gustaría utilizar en tus anuncios?:

Enlace a WhatsApp Business, ubicación, llamado.



Campañas en Google Ads.

Palabras claves:

- *Exacta:* Materiales construcción - venta de materiales - comprar materiales para la construcción.
- *de Frase:* Materiales de construcción en oferta - Compra online materiales para construir - Mejores precios en materiales constructivos
- *Amplía:* Materiales de construcción variados - Ofertas en materiales para la construcción - Proveedores de materiales constructivos.

Palabras claves negativas:

Gratis - Segunda mano.

Campañas en Google Ads.

4-Anuncio Mockup

- 3 Títulos cortos.

Construcción - Materiales - Ladrillos

- 2 descripciones.

1- Todo lo que necesitas para construir la casa de tus sueños.

2- Si piensas en construir, nosotros te acercamos todo lo que necesitas.

- url destino/visible: www.corralóndonjose.com.ar

Campañas en Google Ads.

5-Plan de medición

¿Qué resultados deseas obtener exactamente de tus campañas?:

Aumentar las ventas un 30% en el próximo año.

¿Cómo las estarás vigilando para garantizar el éxito de tu objetivo publicitario?:

La revisión será de manera semanal para tener un seguimiento más exhausto.

Campañas en Google Ads.

6- KPIs más importantes de tu campaña de Red de Búsqueda

*¿Qué KPIs están relacionadas directamente a tus campañas publicitarias?:
seguidores, likes, comentarios, visitas.*

Mockup Meta Ads y Google Ads

Anuncio · www.corralondonjose.com.ar ▼

CONSTRUCCIÓN | MATERIALES | LADRILLOS

Todo lo que necesitas para construir la casa de tus sueños.

Si piensas en construir, nosotros te acercamos a todo lo que necesitas.



Propuesta digital 1

LA primer propuesta es hacer foco en redes como Instagram y Facebook para principalmente atraer seguidores ya que en la actualidad cuenta con 160 en Instagram y aun no tienen Fan Page de Facebook.

La idea principal es crear contenido de valor mediante historias y posts sobre los productos que tienen disponible.

Teniendo en cuenta que es una empresa nueva dentro del mundo de redes , vamos a buscar primero el reconocimiento y alcance en las mismas.

La idea es incrementar el contenido en Facebook e Instagram principalmente.

Además vamos a incorporar el WhatsApp Business para tener una respuesta rápida y controlada sobre las distintas consultas.

La idea principal es aumentar el numero de seguidores en Instagram para lograr tener más ventas.



Propuesta digital 2

La segunda propuesta digital consiste en campañas en redes sociales y Google Ads resaltando nuestra ubicación y conveniencia para los residentes la localidad

Mediante la creación de promociones exclusivas para residentes locales, visibles en el sitio web y redes sociales. Incorporando mensajes como "Descuentos exclusivos para nuestros vecinos de Martínez de Hoz y la zona.

Esta propuesta digital tiene como objetivo maximizar nuestra presencia en línea y conectar de manera más efectiva con la comunidad local. Al adaptar estas estrategias, buscamos construir relaciones sólidas y ser la opción preferida para los proyectos de construcción.