

Plan de Marketing Digital



E - Marketing
Lic. Jair Bajonero

Fabiola Treviño
4to semestre

Abril, 13

Índice

1.	Ítalos pizza	3
2.	Misión	4
3.	Visión	4
4.	Filosofía	4
5.	Valores	5
6.	Porque el desarrollo de un Plan de Marketing Digital?	6
7.	Análisis DAFO	7
8.	Principal target en nuestro Plan	8
9.	Objetivos del Plan de Marketing	9
10.	Estrategias de Marketing	10
11.	Tendencias digitales en el sector	12

Ítalos PIZZA

Es una empresa que desde 1994 se ha dedicado a vender su especialidad que son las pizzas entre otras comidas como tortas, spaghetti, postres y mas. Su ubicación esta en la calle Tamaulipas y primera s/n zona centro en la Cd. Valle Hermoso Tamaulipas y cuenta actualmente con 12 empleados.



Misión

Elaborar la mejor pizza del mercado en sabor, calidad y precio. Brindar un servicio de calidad al mercado en general, proporcionando una gran cantidad de ofertas que permitan a nuestro público disfrutar de productos e innovaciones, en un mercado establecido.

Visión

Mantenerse en constante evolución, adaptándonos a las necesidades cambiantes del entorno, para ser una empresa moderna y actualizada. Trabajamos para ser reconocidos por la calidad de nuestras Pizzas y el buen trato que el consumidor recibe de nuestros empleados, quienes se esmeran para que nuestros clientes se sientan atendidos con cariño y aprecio, en un sitio limpio y agradable, de tal forma, que siempre salgan de nuestros restaurantes con sus expectativas superadas, deseosos de regresar una y otra vez. Cuando en nuestro mercado alguien quiera comer pizza, deseamos siempre ser la primera opción.

Filosofía

Ofrecer la mejor calidad con una variada oferta a unos precios inigualables.

Valores

- **Liderazgo:** Nos esforzamos en fomentar la lealtad e inspirar confianza y credibilidad en nuestros clientes, a través de la realización de un trabajo arduo e innovador.
- **Calidad:** Realizamos nuestra labor con eficiencia y esmero para mantener una imagen positiva de nuestra marca ante nuestros consumidores y la sociedad en general, a base de brindarles la excelencia en cuanto a productos y servicios.
- **Pro Actividad:** Mantenemos una actitud creativa, optimista y perseverante para satisfacer, y superar las expectativas y necesidades de nuestros clientes.
- **Dinamismo:** Cada día trabajamos para hacer las cosas de manera diferente, trazándonos metas, tomando riesgos y cruzando barreras.
- **Unión:** Nos esforzamos por fomentar la unidad entre la familia de Ítalos PIZZA para de esta manera trabajar bajo un mismo propósito, luchando en conjunto por alcanzar las metas y objetivos trazados por la empresa.
- **Compromiso:** Responsabilizados con el desarrollo de nuestra sociedad, aportamos cada día un pedacito de nosotros, brindándole una opción diferente a la juventud y niñez de nuestro país, a través de acciones que los encaminan hacia su crecimiento integral y personal.

Porque el desarrollo de un Plan de Marketing Digital?

En la actualidad estamos tan envueltos de la tecnología, innovación, y las exigencias de nuestros clientes que siempre buscar probar productos nuevos por lo que los negocios deben estar modernizándose constantemente y no quedarse atrás es por ello, que el principal motivo del desarrollo de éste Plan, es lanzar la nueva *Pizza Ítalos Kids* e *incrementar las ventas.*



Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Desempleo• Inseguridad en la cd.	<ul style="list-style-type: none">• Competencia: Ofrece los productos a menor precio, pero sin la misma calidad y sabor que nosotros.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Excelente ubicación• 19 años de reconocimiento• Calidad en productos• Posicionamiento• Entrega rápida	<ul style="list-style-type: none">• Por nuestros años de reconocimiento, tenemos la confianza que el lanzamiento de la nueva pizza será un éxito.

Principal target en el Plan

1° Segmento: Los niños de 4 a 12 años

2° Segmento: Personas de 12 años en adelante

Todas las personas sin importar el sexo o la edad son cliente importante para nosotros, ya que todos han mostrado gran satisfacción por nuestros productos, pero este Plan de Marketing Digital va dirigido principalmente para nuestro primer segmento “Los niños”.

Objetivos del Plan de Marketing Digital

1. Éxito en el lanzamiento de la nueva Pizza Ítalos Kids.
2. Duplicar las ventas del año anterior (2012).
3. Aumento de clientes.
4. Crecimiento de las instalaciones.
5. Participación como patrocinador en los diferentes eventos de la ciudad, para ganar imagen con los clientes.
6. Ser la empresa líder en pizzas en la ciudad, y mas adelante en el estado y país.
7. Satisfacer siempre las exigencias de nuestros clientes.

Estrategias de Marketing

1. Aplicación de encuestas a niños.
2. Solicitar a los clientes su correo electrónico para preguntarles su opinión.
3. Promocionar la nueva Pizza Ítalos Kids por medio de:
 - Volantes
 - Pagina Web (se mostraran todo el menú de comidas que tiene la empresa y en portada la nueva Italos pizza Kids)
 - Facebook
 - Correo electrónico.
4. En base a los resultados que nos arrojen las encuestas , haremos la nueva pizza con los ingredientes favoritos de los niños y con un envase muy divertido que querrán volver a ver.

Estrategias de Marketing

5. Habrá pedidos en línea al correo electrónico, Facebook o pagina web.
6. En la compra de una pizza se regalaran 5 puntos que vendrán impresos en la caja , que se podrán canjear por una entrega gratis o se le rebajan en pesos en la próxima compra.
7. En el blog y redes sociales habrá un juego para niños “KierO PizzA”, en el que se podrán divertir, y si ganan el juego se ganan un cupón de \$5.00, y .
8. Habrá Internet Gratis en nuestras instalaciones.
9. Y habrá una persona con botarga fuera de nuestra empresa que llamara la atención de nuestro principal cliente los niños.

Tendencial digitales en el sector

Facebook

Pos: Es fácil de crear una cuenta, es gratis, y puedes acceder desde la computadora, laptop, celular, Tablet, PSP, y otros que cuenten con internet.

Con: La base de datos de Facebook, utiliza la información que te gusta o que publicas a su favor.

Twitter

Pos: Al igual que Facebook es fácil de crear, gratis y puedes acceder desde muchas plataformas, tus clientes te pueden seguir y estar informados de las promociones o comentarios que subas.

Con: Necesitas tener bien informado y llamativo tu twitter para que te puedan seguir.

Tendencial digitales en el sector

Pagina Web

Pos: Es una excelente herramienta, ya que te pueden encontrar en cualquier buscador, y en esta puedes mostrarle todo a tus clientes desde tu información básica, promociones, tus productos, hasta juegos interactivos.

Con: Tienes que ser una empresa suficientemente reconocida para que tus clientes te busquen.

Blog

Pos: Al igual que la pagina Web es muy buena herramienta, pero a diferencia de ella, en el Blog permites a tus clientes participar en tus comentarios y que te den su opinión. Solo que necesitas tenerlo en constante cambio para no perder visitas.

Con: No todos los que te escriben son tus clientes, ni son comentarios positivos.

Tendencial digitales en el sector

Investigación de mercados (e-researching)	Si	No
E-segmentation: análisis online de la demanda	✗	
Online focus groups: dinámicas de grupo online		✗
VRM: determinación de perfiles por navegación		✗
Marcas (e-branding)		
Webs interactivas	✗	
E-placement	✗	
Corporate Blogs	✗	
Online Games Marketing: e-games y m-games	✗	
Wikipediastemáticas		✗
SEO: Direct Search Engine Marketing	✗	
Product (Product e-mkting)		
Marketing viral	✗	
Online Product Testing	✗	
Catálogos Electrónicos	✗	
SEM: Sponsored Search Engine Marketing		✗
Configurador/Verificador online de productos.		✗

Tendencial digitales en el sector

Precio (e-Pricing)	Si	No
Adaptación geográfica de precios online		✗
Temporización digital de precios		✗
Modelos electrónicos de precios offline	✗	
E-auctions		✗
Comunicación (e-communication)		
StakeholdersSites		✗
Redes electrónicas de contactos	✗	
e-PublicRelations	✗	
Business Virtual Communities	✗	
Listas de distribución/RSS Marketing	✗	
Chats (abiertos y con personalidades)	✗	
Messengers	✗	
Vallas electrónicas interconectadas/Bluecasting		✗
Promoción (e-promotions)		
Gestión electrónica del punto de venta: RFID		✗
Minisites promocionales	✗	
Cupones electrónicos: e-coupons y m-coupons	✗	
Protectores, fondos de pantalla y cursores animados		✗
Podcasting		✗

Tendencial digitales en el sector

Publicidad (e-advertising)	Si	No
Enlaces integrados: Banners/Skycrapers/cortinillas	×	
Avatar Marketing	×	
Publicidad contextual	×	
Mensajes electronicos de texto: e-mail Marketing	×	
Rich Media Ads	×	
Distribución (e-trading)		
E-tracking		×
Centrales de Compras (B2B)	×	
E-merchandising		×
Marketing de Afiliación		×
Infomediarios: reintermediacion electrónica		×
Comercialización (e/m-commerce)		
Portal e-Commerce	×	
Marketplace	×	
Asesoramiento online de Compra	×	
E-CustomersService, servicio post-venta online	×	
Control (e-audit)		
Marketing DecisionSupportSystems		×
E-CRM	×	
E-GRPs		×