

TRABAJO FINAL DE MAGISTER EN DIRECCION DE EMPRESAS

TITULO: PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA PYME

AUTOR: MARCELO MARTINEZ

EMAIL: MARCELOM@INGEMAR.COM.AR

DIRECTOR:SRUR, LEANDRO

CORDOBA, 2014

A través del presente trabajo se analiza y evalúa las diferentes herramientas de marketing digital para implementar en un empresa Pyme y se analiza el comportamiento de las ventas luego de la implementación de estas herramientas.

Para diseñar el plan de Marketing, se utilizo la metodología de Philip Kotler.

Las herramientas analizadas y luego implementadas son las siguientes:

- web auto administrable
- SEO (Search Engine Optimization)
- SEM (Search Engine Manager)
- Google Adwords
- Email Marketing
- Redes Sociales como Facebook, twitter, You Tube, Linked In, Google Plus

La empresa seleccionada para aplicar el plan de Marketing diseñado es una empresa comercializadora mayorista. La empresa fue fundada en el año 1999, es una empresa familiar y tiene 10 empleados. Los productos están dirigidos a las redes de infraestructura básica, (redes de gas, agua y cloaca). Las ventas se concentran en las provincias de Santa Fe, Entre Ríos, Córdoba y Mendoza. En las otras provincias tienen ventas esporádicas.

Para diseñar el plan de Marketing, se utilizo la metodología de Philip Kotler.

El plan resultante se aplico durante seis meses, incrementando en un 84% las visitas en la web de la empresa, a través de Google Adwords se consiguió un incremento del 40% en los clicks hacia la pagina, en el email marketing se consiguió un incremento del 93% en los emails leídos, en el facebook se consiguió un 49% más de fans, en twitter un 37,5%, incrementándose las ventas en un total de 3,9%.

