



# DIGITAL LAB



## PROGRAMA IDEAL PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

### Transforma tu marca y alcanza el éxito digital

¿Eres una pequeña o mediana empresa lista para llevar su presencia digital al siguiente nivel? En Diyita, te ofrecemos DIGITAL LAB, un programa intensivo de 5 meses diseñado para construir o reconstruir los pilares fundamentales de tu marca y alcanzar el éxito en el competitivo mundo online.

#### INCLUYE:

##### Seguimiento personalizado

- Un instructor será asignado para acompañarte de manera personalizada en este proceso.

##### Branding / Rebranding:

- **Renueva** tu imagen de marca para mantenerte relevante.

##### Soportes de Marca:

- **Refuerza** la coherencia y visibilidad de tu marca.

##### Contenido y Ads:

- Atrae y retén clientes con contenido específico y campañas publicitarias eficaces.

##### SEO:

- Mejora tu posicionamiento en motores de búsqueda.

##### Desarrollo Web (Front End & Back End):

- Optimiza tu sitio web para una experiencia de usuario superior.





## PERFIL DE CLIENTE IDEAL

- Pequeñas y medianas empresas con **ambición de crecimiento** y una **visión clara de sus objetivos**.
- Dispuestas a invertir en su **transformación digital** y a **comprometerse activamente** en el proceso.
- Buscan resultados medibles y un **retorno de inversión** claro.
- Valoran la **experiencia y el conocimiento** de una agencia especializada en marketing digital.
- Desean un **servicio personalizado** y adaptado a sus necesidades específicas.





# DIGITAL LAB

## CON E-COMMERCE

**Duración:** 5 meses

**Público Objetivo:** Pequeñas y medianas empresas

Nuestros Servicios 2024

## TEMARIO

### MES 1: REVITALIZACIÓN DE MARCA

#### Semana 1:

- **Análisis de la situación actual de la marca:** auditoría de marca, análisis de la competencia, investigación de mercado.
- **Definición de la identidad de marca:** misión, visión, valores, personalidad, propuesta de valor única.

#### Semana 2:

- **Desarrollo del logotipo y elementos visuales:** diseño de logotipo, paleta de colores, tipografía, elementos gráficos.
- **Creación de guías de estilo de marca:** manual de marca, uso correcto del logotipo, aplicaciones en diferentes medios.

#### Semana 3:

- **Consultoría sobre estrategia de comunicación:** definición de objetivos, canales de comunicación, mensajes clave, tono de voz.
- **Construcción de buyer persona:** identificación de perfiles de clientes ideales, sus necesidades, motivaciones y comportamientos.

#### Semana 4:

- **Presentación y validación del branding:** revisión y aprobación del logotipo, manual de marca y estrategia de comunicación.
- Inicio de la planificación del desarrollo del e-commerce.

## MES 2: DESARROLLO DE E-COMMERCE Y OPTIMIZACIÓN DE VENTAS

### Semana 1:

- Diseño de la estructura y funcionalidades del e-commerce: categorías de productos, páginas de producto, carrito de compras, proceso de pago.
- Selección de la plataforma de e-commerce adecuada: análisis de opciones y elección de la plataforma que mejor se adapte a las necesidades del cliente.

### Semana 2:

- Diseño de la interfaz de usuario (UI) y la experiencia de usuario (UX): creación de un diseño atractivo, intuitivo y fácil de usar.
- Desarrollo del e-commerce: implementación de la estructura, diseño y funcionalidades en la plataforma elegida

### Semana 3:

- Taller de ventas para el equipo responsable: capacitación en técnicas de venta, atención al cliente y cierre de ventas.
- Simulaciones de ventas y role-playing: práctica de situaciones reales para preparar al equipo para el lanzamiento.

### Semana 4:

- Pruebas finales de funcionalidad del e-commerce: revisión exhaustiva de todos los aspectos del sitio antes del lanzamiento.
- Preparación de materiales de lanzamiento: creación de contenido promocional, anuncios, comunicados de prensa, etc.

## MES 3: PREPARACIÓN PARA EL LANZAMIENTO

### Semana 1:

- Finalización del desarrollo del e-commerce: pruebas de funcionalidad, corrección de errores, optimización de rendimiento.
- Configuración de pasarelas de pago y métodos de envío: integración de sistemas de pago y opciones de envío.

### Semana 2:

- Carga de productos y contenido al e-commerce: creación de fichas de producto atractivas y optimizadas para SEO.
- Configuración de herramientas de analítica web: implementación de Google Analytics u otras herramientas para medir el rendimiento del e-commerce.

### Semana 3:

- Taller de ventas para el equipo responsable: capacitación en técnicas de venta, atención al cliente y cierre de ventas.
- Simulaciones de ventas y role-playing: práctica de situaciones reales para preparar al equipo para el lanzamiento.

### Semana 4:

- Pruebas finales de funcionalidad del e-commerce: revisión exhaustiva de todos los aspectos del sitio antes del lanzamiento.
- Preparación de materiales de lanzamiento: creación de contenido promocional, anuncios, comunicados de prensa, etc.

## MES 4: LANZAMIENTO Y OPTIMIZACIÓN

### Semana 1:

- Lanzamiento oficial de la marca y el e-commerce: publicación del sitio web, activación de campañas de publicidad y comunicación.
- Monitoreo constante del rendimiento: seguimiento de métricas clave, análisis de datos y detección de áreas de mejora.

### Semana 2:

- Optimización de campañas de publicidad en redes sociales: ajuste de segmentación, anuncios y presupuesto para maximizar resultados.

### Semana 3:

- Optimización de la estrategia de SEO: implementación de técnicas on-page y off-page para mejorar el posicionamiento en buscadores.
- Análisis de la experiencia del usuario en el e-commerce: identificación de puntos de fricción y optimización del recorrido de compra.

### Semana 4:

- Evaluación de resultados del primer mes: análisis detallado de métricas, identificación de logros y áreas de oportunidad.
- Ajuste de estrategias y planificación para el siguiente mes: implementación de cambios basados en los resultados obtenidos.

## MES 5: CONSOLIDACIÓN Y FUTURO

### Semana 1-2:

- Continuar con la optimización de campañas y contenido: seguimiento de resultados y ajuste continuo de estrategias.
- Implementación de mejoras en el e-commerce: incorporación de nuevas funcionalidades o mejoras basadas en el feedback de los usuarios.

### Semana 3:

- Análisis profundo de datos y generación de informes detallados: evaluación completa del rendimiento del proyecto hasta la fecha.
- Definición de una estrategia de crecimiento a largo plazo: identificación de objetivos futuros y planificación de acciones para alcanzarlos.

### Semana 4:

- Toma de decisiones sobre el futuro del proyecto: evaluación de la colaboración con la agencia y definición de próximos pasos.
- Presentación de conclusiones y recomendaciones finales: entrega de un informe completo con los resultados obtenidos y sugerencias para el futuro.



# DIGITAL LAB

## CON SITIO WEB

**Duración:** 5 meses

**Público Objetivo:** Pequeñas y medianas empresas

Nuestros Servicios 2024

## TEMARIO

### MES 1: REVITALIZACIÓN DE MARCA

#### Semana 1: Análisis y Definición de Marca

- **Auditoría de marca:** evaluación de la identidad actual, fortalezas, debilidades y oportunidades.
- **Análisis de la competencia:** estudio de competidores directos e indirectos, sus estrategias y posicionamiento.
- **Investigación de mercado:** identificación del público objetivo, sus necesidades y preferencias.
- **Definición de la identidad de marca:** misión, visión, valores, personalidad, propuesta de valor única.

#### Semana 2: Diseño de Identidad Visual

- Diseño de logotipo
- Definición de paleta de colores
- Selección de tipografía
- Creación de elementos gráficos

#### Semana 3: Estrategia de Comunicación y Buyer Persona

- Definición de objetivos de comunicación
- Selección de canales de comunicación
- Desarrollo de mensajes clave y tono de voz
- Construcción de buyer persona

#### Semana 4: Presentación y Planificación

- **Presentación y validación del branding**
- **Inicio de la planificación del desarrollo del sitio web:** definición de objetivos, funcionalidades, estructura y contenido.

## MES 2: DESARROLLO DE SITIO WEB Y OPTIMIZACIÓN

### Semana 1: Diseño y Estructura

- Definición de la estructura del sitio web
- Diseño de wireframes
- Selección de la plataforma de desarrollo web: análisis de opciones y elección de la plataforma más adecuada (WordPress, Wix, etc.).

### Semana 2: Diseño UI/UX y Desarrollo

- Diseño de la interfaz de usuario (UI)
- Diseño de la experiencia de usuario (UX)
- Desarrollo del sitio web

### Semana 3: SEO On-Page

- Investigación de palabras clave
- Optimización de contenido
- Optimización técnica

### Semana 4: Analítica Web y SEO Off-Page

- Configuración de Google Analytics
- Análisis de datos y generación de informes

Estrategia de link building

## MES 3: MARKETING DE CONTENIDOS Y REDES SOCIALES

### Semana 1: Plan de Marketing de Contenidos

- Definición de objetivos de contenido
- Identificación de formatos de contenido adecuados
- Creación de un calendario editorial

### Semana 2: Creación y Optimización de Contenido

- Redacción de artículos de blog
- Producción de contenido visual
- Optimización de contenido para SEO

### Semana 3: Gestión de Redes Sociales

- Creación y optimización de perfiles en redes sociales
- Desarrollo de un calendario de publicaciones
- Creación de contenido específico para redes sociales

### Semana 4: Interacción y Análisis en Redes Sociales

- Interacción con la comunidad
- Monitoreo de menciones y conversaciones
- Análisis de resultados y ajuste de estrategias

## MES 4: LANZAMIENTO Y CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD

### Semana 1: Lanzamiento y Monitoreo

- Lanzamiento oficial del sitio web
- Configuración de campañas de publicidad en buscadores (SEM): creación de campañas en Google Ads u otras plataformas, selección de palabras clave, diseño de anuncios y configuración de pujas.
- Monitoreo constante del rendimiento del sitio web y las campañas.

### Semana 2: Publicidad en Buscadores (SEM)

- Optimización de campañas SEM
- Análisis de resultados de campañas SEM
- Implementación de pruebas A/B en anuncios

### Semana 3: Publicidad en Redes Sociales

- Configuración de campañas de publicidad en redes sociales
- Optimización de campañas en redes sociales
- Análisis de resultados de campañas en redes sociales

### Semana 4: Estrategia de Contenidos y Optimización Continua

- Creación y distribución de contenido relevante
- Optimización de la estrategia de SEO
  - Análisis de la experiencia del usuario en el sitio web

## MES 5: CONSOLIDACIÓN Y FUTURO

### Semana 1-2: Optimización y Mejora Continua

- Continuar con la optimización de campañas de publicidad y contenido: seguimiento de resultados y ajuste continuo de estrategias
- Implementación de mejoras en el sitio web basadas en el feedback de los usuarios y el análisis de datos
- Exploración de nuevas oportunidades de marketing digital: identificación de canales o estrategias adicionales para llegar a la audiencia objetivo

### Semana 3: Análisis y Estrategia a Largo Plazo

- Análisis profundo de datos y generación de informes detallados: evaluación completa del rendimiento del proyecto hasta la fecha
- Definición de una estrategia de crecimiento a largo plazo: identificación de objetivos futuros y planificación de acciones para alcanzarlos
- Elaboración de un plan de marketing digital sostenible: definición de estrategias y tácticas para mantener y mejorar la presencia digital a largo plazo

### Semana 4: Conclusiones y Próximos Pasos

- Toma de decisiones sobre el futuro del proyecto: evaluación de la colaboración con la agencia y definición de próximos pasos
- Presentación de conclusiones y recomendaciones finales: entrega de un informe completo con los resultados obtenidos y sugerencias para el futuro
- Capacitación al cliente para la gestión y mantenimiento del sitio web y las estrategias digitales

Conclusiones y recomendaciones finales

## BENEFICIOS PARA EL CLIENTE

- **Transformación digital completa y a medida:** Renovación de la imagen de marca y optimización de la presencia online, adaptada a las necesidades y objetivos específicos de la empresa.
- **Mayor visibilidad y alcance:** Atracción de nuevos clientes y aumento del tráfico al sitio web a través de estrategias de marketing digital personalizadas.
- **Incremento de ventas y conversiones:** Mejora de la efectividad de las campañas de marketing y la experiencia del usuario en el sitio web, impulsando los resultados comerciales.
- **Fortalecimiento de la relación con los clientes:** A través de una comunicación estratégica y contenido de valor que resuene con la audiencia.
- **Posicionamiento como líder en su industria:** Desarrollo de una marca sólida y diferenciada que destaque en el mercado.
- **Equipo capacitado y empoderado:** Conocimiento y herramientas para gestionar su presencia digital de forma autónoma y efectiva.
- **Atención personalizada y enfocada en resultados:** Acompañamiento continuo y asesoría experta durante todo el proceso para garantizar el éxito del proyecto.