

Planymerka

Iniciativa

20
23

Indice

1 Planymerka

1.1 Introducción

2 Plan de Trabajo

2.1 Planeación

2.2 Ejecución

2.3 Monitoreo

Planymerka

Planymerka Software en la nube modelo SaaS que permite automatizar y aumentar la eficiencia en los procesos comerciales, incrementar las ventas y la cobertura para la pequeña y mediana empresa, Somos parte integral de la cadena de suministro, uniendo y automatizando procesos comerciales, logísticos y administrativos para incrementar las ventas y la eficiencia, eliminando la duplicidad de tareas, minimizando errores y disminuyendo el uso de documentación impresa siendo más sostenible con el medio ambiente.

Organiza y automatiza los procesos comerciales con información única, real y en línea de forma controlada y parametrizada con las políticas de cada empresa; reduciendo tiempos y costos y aumentando las ventas, con una implementación rápida, integral y ajustada a las necesidades empresariales. Planymerka eCommerce platform.

Plan de Trabajo

01.

Planeación

- Propuesta de valor
- Identificación de objetivos
- Definición de público

02.

Ejecución

- Canales digitales
- Estrategia de contenido

03.

Monitoreo

- Medición
- Análisis
- Optimización



Planeación

Plan de trabajo



PROPUESTA DE VALOR

Planificación

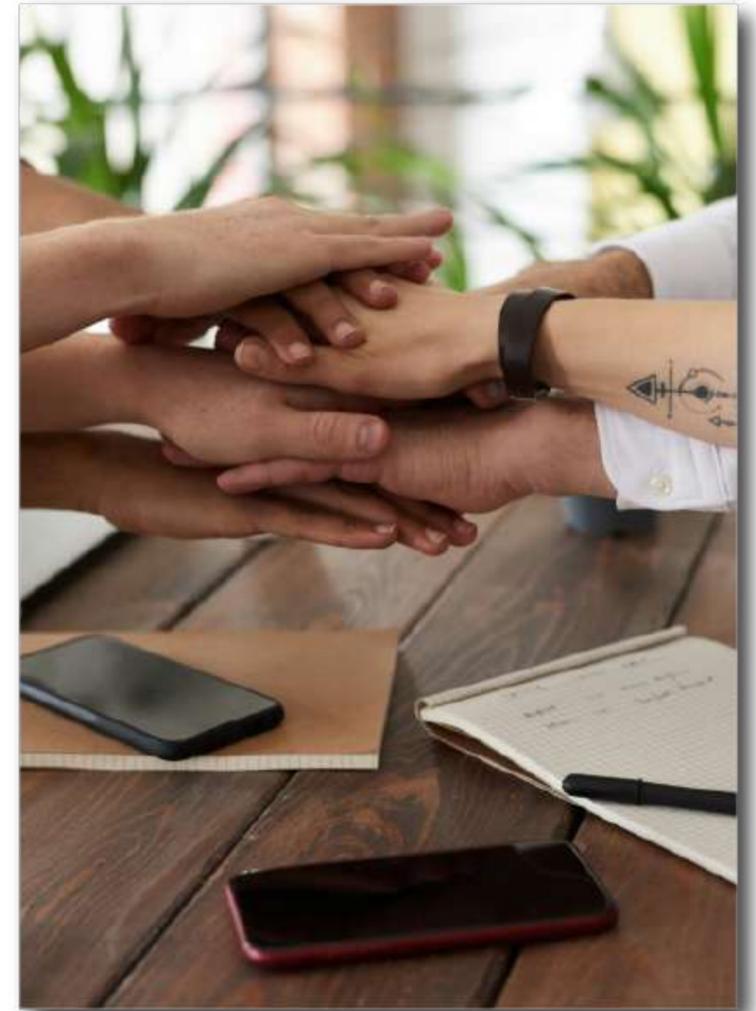


Propuesta de valor

- **Planymerka:** Software de comercio electrónico Personalizable para la gestión de venta operaciones relacionadas con comercio en línea e incluye herramientas para crear y gestionar en forma optimizada e integrada todos los procesos comerciales de un minorista.
- **Problemática Actual:** 55% de mipymes no han entrado a procesos de transformación digital sin control y seguimiento
- **Nuestra solución:** Simplifica y organiza eficientemente los procesos integrando comercio electrónico.
 - Contabilidad /Finanzas
 - Logística
 - Comercial
 - Enfoque hacia el Cliente
 - Marketing

IDENTIFICACIÓN DE OBJETIVOS

Planificación



Identificación de objetivos



Aumentar la penetración en el mercado y posicionamiento de Planymerka como la solución integral de eCommerce para PYMEs, incrementando el conocimiento de la marca en un 80% en los próximos 3 meses."



Posicionar a Planymerka como líder en soluciones de eCommerce para PYMEs.



Asociar la marca Planymerka con la eficiencia en procesos comerciales y la reducción de costos.

Métricas claves - KPIs

Asociar la marca Planymerka con la eficiencia en procesos comerciales y la reducción de costos.

01 Contenido Educativo y Casos de Éxito

Medir la interacción (comentarios, compartidos) en el contenido educativo de Planymerka

¿Cómo obtenerla?

Utilizar métricas de participación en redes sociales y análisis del sitio web.

02 Número de Participantes en el Programa de Recompensas

Evaluar cuántos usuarios participan en el programa de recompensas.

¿Cómo obtenerla?

Mantener un registro de inscripciones y participación en el programa.

03 Testimonios y Casos de Estudio Generados

Contar la cantidad de testimonios y casos de estudio recopilados de usuarios eficientes.

¿Cómo obtenerla?

Solicitar y rastrear la entrega de testimonios y casos de estudio por parte de los usuarios.

Métricas claves - KPIs

Lograr que el aumento del porcentaje de los padres de familia utilicen la app.

01 Compromiso en Redes Sociales

Medir la interacción con publicaciones, incluyendo likes, comentarios y compartidos

¿Cómo obtenerla?

Utilizando las analíticas Instagram para rastrear el alcance de las publicaciones y la cantidad de nuevas impresiones

02 Posicionamiento en Motores de Búsqueda (SERP)

Evaluar la posición de Planymerka en los resultados de búsqueda para palabras clave relevantes.

¿Cómo obtenerla?

Utilizar herramientas de análisis de SEO para rastrear y medir el posicionamiento en SERPs.

03 Tráfico Orgánico

Medir el aumento en el tráfico del sitio web proveniente de resultados de búsqueda orgánicos

¿Cómo obtenerla?

Utilizar herramientas analíticas web para seguir la fuente del tráfico y segmentar el tráfico orgánico.

03 Tasa de Conversión de Anuncios

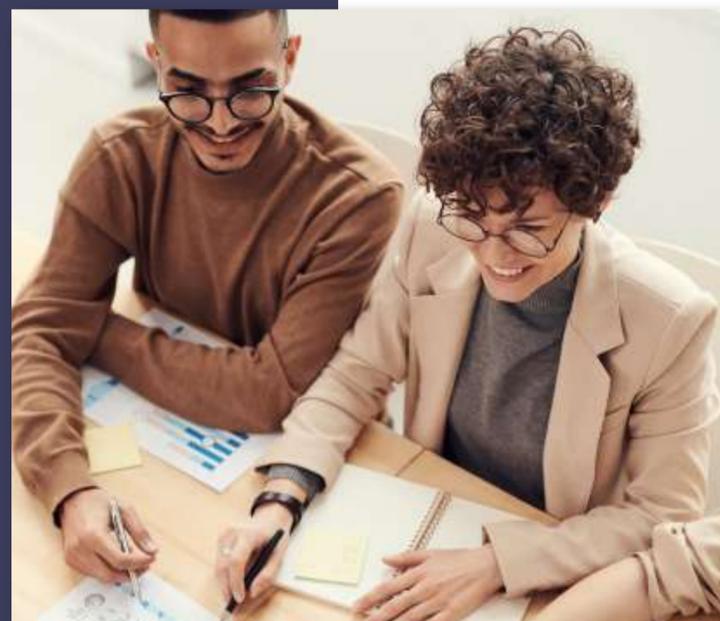
Medir la proporción de usuarios que realizaron la acción deseada después de ver un anuncio.

¿Cómo obtenerla?

Utilizar datos de análisis de conversiones en las plataformas publicitarias.

DEFINICIÓN DE PÚBLICO

Planificación



Buyer persona

Ana(PLANYMERKA): 40 años - Femenino - Barranquilla, Colombia - Licenciatura en Administración de Empresas - Gerente de Operaciones en una mediana empresa - Ingresos: Alto



OBJETIVOS PROFESIONALES

Optimizar procesos operativos, aumentar la eficiencia en la cadena de suministro.

OBJETIVOS PERSONALES.

Equilibrar vida profesional y familiar, contribuir al crecimiento sostenible de la empresa.

DESEOS Y ASPIRACIONES

Implementar soluciones tecnológicas que mejoren la productividad y eficiencia de la empresa.

GUSTOS

Estrategias de negocios efectivas.

RETOS

Coordinar múltiples procesos, gestionar la expansión de la empresa.

COMENTARIOS

Busca soluciones tecnológicas integrales para mejorar la productividad de su equipo y reducir los errores operativos.

Buyer persona

Ana(PLANYMERKA): 40 años - Femenino - Barranquilla, Colombia - Licenciatura en Administración de Empresas - Gerente de Operaciones en una mediana empresa - Ingresos: Alto



REDES SOCIALES

- LinkedIn.
- Instagram.
- Twitter.

CÓMO SE INFORMAN / FUENTES INFORMACIÓN:

Revistas de negocios, conferencias, webinars sobre tecnología empresarial.

SITIOS WEB PREFERIDOS

Harvard Business Review, Forbes, sitios web.

PREFERENCIAS DE COMPRA

Busca soluciones tecnológicas completas que integren varios aspectos de su negocio para mejorar la eficiencia operativa y logística.

CÓMO PLANYMERKA PUEDE AYUDAR

Ofreciendo un software en la nube que integra procesos comerciales, logísticos y administrativos para aumentar la eficiencia operativa.

Buyer persona

Daniel(PLANYMERKA): 35 Años - Masculino - Barranquilla, Colombia - Licenciatura en Administración de Empresas - Dueño de un pequeño negocio en crecimiento - Ingreso: Medio.



OBJETIVOS PROFESIONALES

Expandir su negocio, mejorar la eficiencia operativa.

OBJETIVOS PERSONALES.

Proporcionar una vida cómoda para su familia, crecer como emprendedor.

DESEOS Y ASPIRACIONES

Automatizar procesos, aumentar ventas y expandir su negocio.

GUSTOS

Innovación tecnológica, networking empresarial.

RETOS

Competencia en el mercado local, necesidad de optimizar operaciones.

COMENTARIOS

- Busca soluciones tecnológicas para mejorar la eficiencia de su negocio.
- Valora la escalabilidad y la facilidad de uso en las soluciones que elige.

Buyer persona

Daniel(PLANYMERKA): 35 Años - Masculino - Barranquilla, Colombia - Licenciatura en Administración de Empresas - Dueño de un pequeño negocio en crecimiento - Ingreso: Medio.



REDES SOCIALES

- LinkedIn.
- Facebook.
- Twitter.

CÓMO SE INFORMAN / FUENTES INFORMACIÓN:

Redes sociales profesionales, blogs empresariales, eventos de networking.

SITIOS WEB PREFERIDOS

LinkedIn, Medium, blogs de tecnología empresarial.

PREFERENCIAS DE COMPRA

Busca soluciones tecnológicas eficientes y escalables

CÓMO PLANYMERKA PUEDE AYUDAR

Proporcionando un software en la nube que automatiza y optimiza procesos, permitiendo un crecimiento sostenible.

Mapa de empatía

PLANYMERKA



Ana

¿Qué piensa y siente?

Optimizar la eficiencia operativa de la empresa mantener costos controlados y asegurar la calidad del servicio.

¿Qué ve?

- Entrenamientos
- Cambios en las tendencias
- Tecnológicas y su impacto en las operaciones de la empresa.

¿Qué dice y hace?

- Profesional, enfocado en los resultados y la eficiencia.
- Cortés, pero directo en las discusiones sobre soluciones tecnológicas.

¿Qué escucha?

Experiencias con diferentes soluciones tecnológicas y sus efectos en la productividad. Recomendaciones sobre soluciones tecnológicas confiables.

Esfuerzo

Temor a la resistencia al cambio por parte del personal y a la posible interrupción de las operaciones durante la implementación

Resultados

Necesita una solución tecnológica integral que se integre sin problemas con los procesos existentes.

Customer Journey MAP

Descubrimiento	Consideración	Consideración
<ul style="list-style-type: none"> • Busca soluciones tecnológicas para optimizar su negocio. Interés y preocupación por encontrar la opción adecuada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compara diferentes opciones y lee testimonios. • Interés por las experiencias de otros y confusión al evaluar opciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba gratuita y consulta al servicio de atención al cliente. Entusiasmo por probar la solución y alivio al recibir respuestas claras.
<ul style="list-style-type: none"> • Investiga soluciones tecnológicas en conferencias y revistas de negocios • Curiosidad y deseo de mantenerse al día con las innovaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Solicita demostraciones y lee estudios de caso. • Interés por soluciones específicas y cautela al evaluar riesgos y beneficios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones con equipos de ventas y consultas con colegas. • Determinación para elegir la mejor opción y confianza en las recomendaciones recibidas.



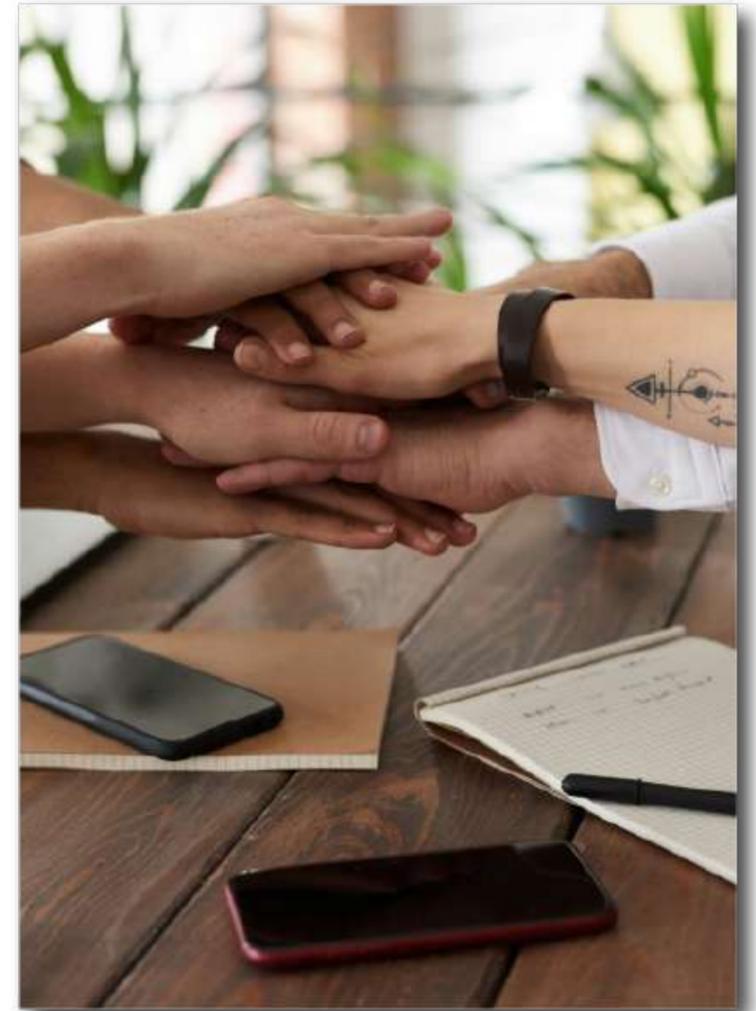
Ejecución

Plan de trabajo

2023

CANALES DIGITALES

Planificación



Canales digitales



- Redes Sociales (Instagram, Facebook, LinkedIn, Tik Tok, YouTube)
- Newsletter/Email Marketing
- Webinars y Videos



- Blogs de Terceros
- Reseñas
- Foros y Comunidades
- Menciones
- Embajadores de la Marca



- Ads Redes Sociales
- Eventos

Propios: Son los canales digitales que PLANYMERKA controla directamente, y donde puede publicar contenido y comunicarse con la audiencia sin costos adicionales por publicación.

Obtenidos: Son los canales donde PLANYMERKA obtiene visibilidad a través del esfuerzo y relaciones, no pagando directamente por espacio, sino a través de colaboraciones, optimización para motores de búsqueda, y cobertura editorial.

Pagados: Son los canales donde PLANYMERKA paga por la visibilidad, ya sea a través de publicidad, promociones pagadas, o cualquier otro tipo de exposición pagada.

Esta división permite a PLANYMERKA tener una visión clara de dónde puede tener presencia y cómo puede distribuir sus recursos de manera eficaz para alcanzar sus objetivos de marketing.

Elementos de comunicación - Storytelling

Había una vez...	El siempre...	Pero se le dificultaba...	El trataba de resolverlo
<p>En una pequeña y prometedora mi pyme, donde cada día se enfrentaba a los desafíos de la digitalización y la eficiencia operativa. Aquí es donde comienza la historia de Planymerka, una plataforma de comercio electrónico que se propuso ser el aliado perfecto para pequeñas y medianas empresas que sueñan con crecer en el mundo digital</p>	<p>En cada esquina del comercio en línea, en reuniones estratégicas y en momentos de planificación, nuestra mi pyme siempre buscaba una solución integral que simplificara sus procesos comerciales, desde la gestión de inventario hasta la relación con sus clientes. Planymerka encontró su oportunidad en esos lugares y ocasiones, listo para ser el catalizador del cambio.</p>	<p>A pesar de la valentía y determinación de nuestra mi pyme, se encontraba atrapada en una red de procesos desconectados y tareas duplicadas. La falta de integración y la dificultad para encontrar una solución única y eficiente se convirtieron en sus mayores dolores, un reflejo de la realidad compartida por muchos emprendedores en el competitivo mundo del comercio electrónico.</p>	<p>En su búsqueda de eficiencia, nuestra mi pyme exploró diversas soluciones, algunas de las cuales resultaron ser incompletas o inadecuadas para sus necesidades específicas. Analizó a sus competidores y productos/servicios sustitutos, identificando las fallas y las oportunidades de mejora en cada uno.</p>
Pero el deseaba que...	Hasta que un día ...	A diferencia de la solución...	Su deseo de cumplió poder...
<p>Deseaba una plataforma que fuera más que una simple herramienta comercial, anhelaba un socio estratégico que entendiera sus retos y ofreciera una solución completa. El sueño era encontrar algo diferente, algo que marcara la diferencia en su día a día empresarial y superara las limitaciones de las alternativas existentes.</p>	<p>Un día, explorando nuevas posibilidades en línea, descubrió a Planymerka. Los canales digitales se convirtieron en el escenario ideal para esta revelación, y nuestra mi pyme se dio cuenta de que había encontrado una plataforma integral que abordaba cada uno de sus dolores y necesidades.</p>	<p>Planymerka destacó como la solución completa que otros no ofrecían. Su interfaz intuitiva, su capacidad de integración con procesos comerciales y su enfoque sostenible, eliminando la necesidad de documentación impresa, se convirtieron en los diferenciadores clave. Estos elementos se reflejaron en la estrategia de marca, utilizando símbolos visuales y un eslogan que destacaba su valor único.</p>	<p>Finalmente, el deseo de nuestra mi pyme se cumplió. La eficiencia operativa mejoró, los procesos se simplificaron y las ventas aumentaron. Planymerka no solo cubrió una necesidad, sino que se convirtió en el socio estratégico que nuestra mi pyme siempre deseó. La historia de éxito se contó a través de campañas publicitarias, testimonios visuales y contenidos impactantes, dando vida al logro alcanzado gracias a Planymerka.</p>

ESTRATEGIAS DE CONTENIDO

Planificación



Acciones puntuales estrategicas

Posicionar a Planymerka como líder en soluciones de eCommerce para PYMEs.

Aumentar la Conciencia de Marca

Incrementar la visibilidad de la marca PLANYMERKA en las redes sociales y plataformas digitales relevantes en el primer trimestre del plan

Campaña SEO "Planymerka Líder en eCommerce"

Optimizar el contenido en el sitio web, utilizar palabras clave relevantes y mejorar la estructura de enlaces para aumentar la visibilidad de Planymerka en los motores de búsqueda.

Publicidad Dirigida en Redes Sociales

Lanzar anuncios pagados en plataformas de redes sociales dirigidos a empresas y emprendedores interesados en soluciones de eCommerce, destacando los beneficios únicos de Planymerka.

Colaboraciones con Influencers de eCommerce

Asociarse con influencers reconocidos en el ámbito del comercio electrónico para que promocionen Planymerka a través de reseñas positivas y demostraciones de uso en sus plataformas.

Asociar la marca Planymerka con la eficiencia en procesos comerciales y la reducción de costos.

Creación de Contenido Educativo:

Desarrollar y promover al menos dos piezas de contenido educativo a la semana, abordando los problemas comunes que enfrentan las mi pymes, a la hora de buscar plataformas de comercio electrónico.

Casos de Éxito

Desarrollar y promover contenido educativo, como blogs y videos, que destaquen casos de éxito de empresas que han experimentado eficiencia y ahorro de costos gracias a Planymerka.

Participación en Eventos de Comercio Electrónico

Asistir y participar activamente en eventos y ferias de comercio electrónico donde se pueda presentar Planymerka como una solución eficiente y rentable para el manejo de negocios en línea.

Programa de Recompensas para Usuarios Eficientes

Implementar un programa de recompensas para usuarios que compartan sus experiencias de eficiencia y ahorro de costos al utilizar Planymerka, incentivando la creación de testimonios y casos de estudio.



Monitoreo

Plan de trabajo

03.