

Proyecto No.9.1	
Desarrollo y e laboración del Plan Social de Medios (Social Media Plan).	
Descripción del Proyecto	
<p>Un plan de marketing online normalmente parte de la aplicación de los principios de marketing tradicionales para definir cómo se pueden explotar las nuevas tecnologías en la actividad comercial de la empresa de manera rentable. En muchas ocasiones las propuestas de marketing online suponen construir sobre actividades offline ya existentes a las que se agregan nuevas fuentes de información, nuevas formas de interacción con clientes y proveedores y nuevos canales de venta complementarios a los ya existentes.</p> <p>Parece lógico, por tanto, proponer que la estructura de un plan de marketing online sea similar a la utilizada en los procesos de planificación de marketing convencionales, aunque centrados en un entorno de mercado digital. Conceptualmente un plan de marketing online debe ser parte de un plan de marketing general en el que ya se han establecido previamente los mercados, audiencias, objetivos y estrategias generales.</p>	
Objetivos del Proyecto	
<p>Vender: utilizando internet como herramienta para incrementar las ventas, bien a través de la venta directa (comercio electrónico) o mediante la generación de contactos cualificados para cerrar la venta fuera del entorno digital.</p> <p>Servir: utilizando internet como una herramienta para ofrecer servicios pre y post venta a los usuarios/clientes.</p> <p>Hablar: utilizando internet como una herramienta para acercarse al cliente, estableciendo diálogos, aprendiendo sobre ellos, preguntándoles sobre sus necesidades e inquietudes, etc.</p> <p>Ahorrar: utilizando internet para reducir costes de servicio mediante la automatización de procesos operativos.</p> <p>Impactar: utilizando internet como una herramienta para construir y extender la presencia de marca en el mundo digital.</p>	
Actividades del Proyecto	Plazo
<p>Actividad 1. Análisis situacional: interno y externo, FODA.</p> <p>Actividad 2. Objetivos del marketing online.</p> <p>Actividad 3. Estrategias y tácticas del marketing online.</p> <p>Actividad 4. Medición de resultados y mecanismos de control.</p> <p>Actividad 5. Presupuesto.</p>	<p>Inicio: 2016</p> <p>Duración: 6 meses</p>
Agentes Responsables de Implementación	Beneficiarios del Proyecto
<p>Entidad Ejecutora: Entidad de Turismo determinada por los GAD's</p> <p>Supervisor: Ministerio de Turismo</p>	Turistas, visitantes, residentes, usuarios.
Ámbito de aplicación del Proyecto	
Ciudad de Cuenca	
Presupuesto estimado:	Fuentes de financiamiento previstas:
75.000,00USD	MINTUR, Gobiernos Autónomos Descentralizados y Academia.