



**Alumno: Layzsa Jomara Rodriguez Lopez**

**Profesor: Ing. Darely Eunice Santizo Gutiérrez**

**Actividad: 2 “Plan de medios publicitarios”**

**PASIÓN POR EDUCAR**

**Materia: Relaciones Públicas**

**Grado: 7° Cuatrimestre**

**Grupo: “A de LAE ”**

Frontera Comalapa Chiapas a 21 de noviembre del 2021.

# Plan de Medios Publicitarios

## GUIÓN y PLANTILLA

### PLANTILLA PARA LA REALIZACIÓN DE UN PLAN DE MEDIOS PUBLICITARIOS.

Puedes guiarte a través de los distintos apartados de esta plantilla en la elaboración de un plan de medios publicitarios. No obstante, podrán añadirse o eliminarse aquellos apartados que se considere oportuno.

# **Sanísimo Pecado (comida sana y balanceada)**

## **PLAN de MARKETING**

---

21 de noviembre del 2021

# Índice

---

## **1. Definir Objetivos.**

- 1.1 Darnos a conocer.
- 1.2 Generar ventas.
- 1.3 Crear Branding y reputación.

## **2. Análisis del Target**

- 2.1. Mercado potencial
- 2.2. Mercado específico.
- 2.3. Características del Buyer.
- 2.4. La competencia.
- 2.5. Posicionamiento actual de la empresa

## **3. Estrategia de Marketing**

- 3.1. ¿Cómo nos daremos a conocer?
- 3.2. ¿Cómo generaremos más ventas?
  - 3.2.1. Otra estrategia.
- 3.3. ¿Cómo lograremos el branding?

## **4. Medios de Publicidad y Canales.**

- 4.1. Medios Online
  - 4.1.1 Publicidad por la página de Facebook e Instagram.
  - 4.1.2 Publicidad pagada por Facebook.
- 4.2 medios Offline
  - 4.2.1 El perifoneo.
  - 4.2.2 Volantes publicitarios.

## **5. Asignar un Presupuesto**

- 5.1. Dinámica de Facebook.
- 5.2. Costo de publicidad pagada por Facebook.
- 5.3. Spot publicitario en perifoneo.
- 5.4. Costo de volantes publicitarios.

## **6. Timing (Diseña un calendario).**

- 6.1 fecha de planeación de estrategias.
- 6.2 fecha asignada para iniciar.

## **7. Análisis del plan**

## **8. Conclusión**

# PLAN de MARKETING 2021-2022

## **1- Definir Objetivos**

---

- 1.1 Darnos a Conocer. Para comenzar nuestro primer objetivo es darnos a conocer ante el público como un establecimiento de comida rápida pero sana, balanceada y con un exquisito sabor.
- 1.2 Aumentar ventas. Un objetivo muy claro que queremos lograr es a aumentar las ventas de todos los productos.
- 1.3 Crear branding y reputación. Uno de nuestros objetivos también es crear branding y reputación, que cuando un cliente piense en comida rápida, sana y balanceada Sanísimo Pecado sea su primera opción siempre.

## 2- Análisis del Target

---

- 2.1 Mercado potencial: nuestro mercado potencial son todas las personas de Frontera Comalapa y sus alrededores.
- 2.2 Mercado específico: actualmente nuestros productos van dirigidos a personas jóvenes y adultas que se preocupan por cuidar su salud y buscan una opción sana, rápida y deliciosa para comer.
- 2.3 Características del buyer:
  - Personas que hacen ejercicio o siguen una dieta.
  - Los productos también se elaboran pensando en quienes quieren cambiar sus hábitos alimenticios dándoles esta opción balanceada y deliciosa.
- 2.4 La competencia:
  - Principales competidores:

La competencia de Sanísimo Pecado no es muy amplia, ya que existen muy pocos establecimientos de comida sana en Frontera Comalapa, pero nuestro competidor directo es:
  - “Barra verde (desayunos-jugos-licuados)” una de sus fortalezas es que ofrece un menú más amplio, señalando una de sus oportunidades se puede decir que tiene posicionamiento en el mercado ya que es una empresa con más tiempo que nosotros. Entre sus debilidades encontramos que no toda su comida tiene buen sabor y sus precios son elevados, por último una Amenaza para este establecimiento es que no cuenta con un buen manejo de marketing y no se preocupan por oír las opiniones de sus clientes como lo estamos haciendo nosotros.
- 2.5 Posicionamiento actual de la empresa: nuestra empresa hoy en día se encuentra en un posicionamiento inestable en el mercado, esto es porque somos una empresa joven en el mercado, carece de publicidad y por ello no ha generado un impacto de branding.

## 3- Estrategia de Marketing

---

- 3.1 ¿Cómo nos daremos a conocer? La manera en que nos daremos a conocer es optando por medios on line en redes sociales como Facebook e Instagram. Se va a crear una página en Facebook a la empresa ya que solo cuenta con una de Instagram en la que no está muy activa.
- Por estrategia de introducción se considerará la opción de regalar 3 desayunos para 3 personas distintas en una dinámica por Facebook. El premio trata de unos hot cakes, un bowl de frutas y un licuado totalmente personalizado a tu gusto a las personas con el comentario con más likes en una publicación que haremos nuestra página de Facebook, de esta forma lograremos atraer más público.
  - También se pagará publicidad por Facebook para presentar nuestra empresa.
- 3.2. ¿Cómo generaremos más ventas? Generaremos más ventas realizando combos de desayunos y almuerzos.
- Los desayunos los llamaremos “Sanísimo día” y contendrá 3 hot cakes de avena, con toppings a elegir (miel, crema de cacahuate o mermelada), un coctel de frutas y un jugo de naranja o fruta de temporada.
  - Los almuerzos se llamarán “Sanísima tarde” y se conformará por 1 sándwich (pan y aderezo de su preferencia) de jamón o pollo con un smoothie de frutos de temporada.
- 3.2.1 Otra estrategia. Otra estrategia que nos ayudara a generar más ventas es ampliando nuestro horario de 8:00 am a 7:00pm
- 3.3. ¿Cómo se lograra el branding? La manera en que lograremos el branding es mediante el perifoneo que estaremos realizando dos horas diarias 3 días a la semana por 2 semanas (lunes, viernes y sábado). Con una frase muy pegajosa “si cuidar tu salud quieres lograr , Sanísimo pecado debes visitar”

# 4- Medios de Publicidad y canales

---

Seleccionamos una serie de formatos para la publicidad de nuestra empresa, los cuales son:

## 4.1 Medios Online:

4.1.1 Publicidad por nuestras paginas de Facebook e Instagram. Uno de los medios de comunicación que estaremos utilizando para llevar a cabo las estrategias es la herramienta de publicidad de Facebook e Instagram; se harán reels de la manera en que elaboramos y empacamos nuestros productos (por ejemplo un sándwich o smootie) con el propósito de crear antojo en nuestro público y se animen a probar nuestros platillos. Esto también lo haremos con el propósito de conocer a nuestros clientes fijándonos en las interacciones, comentarios y el impacto que tendrá nuestra publicidad.

4.1.2. Publicidad pagada por Facebook. También se comprara publicidad en imágenes de Facebook, presentando nuestra empresa por algoritmo a personas interesadas en cuidar su salud. En las imágenes nos presentaremos como una empresa de comida Sana, creado pensando en todos aquellos que llevan un estilo de vida saludable y que en ocasiones es casi imposible comer sano fuera de casa, nosotros les ofrecemos esta opción rápida, accesible y deliciosa. También daremos a conocer nuestros combos para ordenar fácilmente tu desayuno o almuerzo.

## 4.2. Medios Offline.

4.2.1 Perifoneo. La publicidad por canales fuera de internet que optamos es el Perifoneo; ya que en Frontera Comalapa es muy común oír comerciales mediante carritos dedicados a comunicarnos un mensaje que reproducen múltiples veces el comercial por distintos puntos de la ciudad.

4.2.2 Volantes publicitarios. Aparte del perifoneo para atraer clientes se optará por dejar volantes en gimnasios para darnos a conocer con nuestros clientes potenciales, meterles la idea que terminando de una buena rutina de gimnasio necesitan de una comida completa, balanceada y deliciosa, y no hay mejor opción que acudir a Sanísimo Pecado o también Ordenar a domicilio.



## 5- Asignar un presupuesto

---

Para llevar a cabo las estrategias planeadas contamos con un presupuesto de \$2,500.00 MNX lo cual se dividirá en los siguientes canales.

- 5.1 Dinámica de Facebook. Para la dinámica de regalar 3 desayunos por Facebook se necesitaran \$80 pesos por cada uno, en total serian \$240 pesos.
- 5.2 Costo de publicidad Pagada en Facebook. En cuanto la publicidad pagada por Facebook tendrá un costo de \$20 pesos por día, teniendo una duración de 20 días nos da un total de \$400 pesos.
- 5.3 Spot publicitario en perifoneo. El Spot publicitario por perifoneo tendrá una duración de 40 segundos con un costo de \$120 pesos por hora. Se estará transmitiendo 2 horas por día, 3 días a la semana durante 2 semanas, sumará un costo total de \$1,440 pesos.
- 5.4 Costo de volantes publicitarios. Y por último pero no menos importante los volantes que elaboraremos tendrán un costo de \$0.30 centavos c/u. se pretende imprimir por lo menos 300 volantes que se repartirán en 6 gimnasios en partes iguales, tendrá un costo total de \$90 pesos

## 6- Timing

---

- 6.1 Fecha de planeación. Las estrategias de medios publicitarios para esta empresa tendrá una planeación anticipada de 1 mes, dando inicio el 01 de diciembre del 2021 y culminando el día 29 de diciembre del mismo año.
- 6.2. fecha asignada para iniciar. La fecha donde se comenzaran a llevar a cabo las estrategias será iniciando el año, el día 03 de enero del 2022, transmitiremos que somos la mejor opción para iniciar el año cuidando tu salud comiendo sano.

## 7- Análisis del plan

---

El tiempo que dure nuestra publicidad en las distintas plataformas establecidas estaremos revisando y analizando la interacción que se tenga en la publicidad en Facebook y en los reels de Instagram, la aceptación que tenga el público de nuestra empresa, las sugerencias que nos puedan brindar para ser mejores y saber sus opiniones.

En los canales offline nos interesa conocer el impacto que tendrá nuestra publicidad y la influencia en las personas al tomar la decisión de acudir a un establecimiento tranquilo, donde se coma sano y delicioso.

## 8- Conclusión

---

La herramienta de medios publicitarios es de gran utilidad cuando se tiene un buen manejo de ello, por lo contrario, desconocerlas o no utilizarlas de manera adecuada puede traer impactos negativos para una empresa. Conocer los clientes, el mercado, a la competencia y a nuestra misma empresa son factores vitales para hacer funcionar de manera eficaz y eficiente una organización.

La Mercadotecnia va más allá de buscar el objetivo de dar a conocer una empresa, también interviene en los conflictos explorando hasta la raíz y de ahí parte para buscar la estrategia adecuada para solucionarlo.