

Desarrollar estrategias de mercadotecnia digital para mejorar la presencia de la PYME: The Cake Station en Puebla.

Avance de investigación de Tesis Doctoral

1. Anabel Machorro Jiménez

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, anabel.machorro@upaep.edu.mx

2. Dra. Laura Berenice Sánchez Baltasar

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, lauraberenice.sanchez@upaep.mx

En la actualidad vivimos en un mundo donde la tecnología ha crecido a pasos agigantados y ha pasado a formar parte de nuestro día a día, este fenómeno no solo afectó la vida de las personas, sino, también a las empresas, las cuales tuvieron que adaptarse a las nuevas tendencias e implementar nuevas formas para cumplir con la promesa de brindar un servicio o producto de calidad al cliente. Se tiene como finalidad a lo largo de este trabajo brindar a la empresa The Cake Station un plan de acción en el área del marketing digital que ayude a generar a largo plazo un mejor posicionamiento entre las pastelerías más importantes de Puebla y la fidelización de los clientes, se empezará primero a analizar a la competencia directa, indirecta, potencial y residual para poder entender que los mueve al momento de la compra de un pastel, crearemos campañas de búsqueda dirigida (SEM) para incrementar el tráfico a los canales principales de la empresa, se generarán campañas de búsqueda espontánea en medios como Facebook, google Adwords, mailing así como la creación de una web page, se analizará el impacto de los mensajes de contenidos creados para establecer futuras líneas de acción.