

Plan de Marketing Digital
Marketing Digital y Flujo de Automatización

Presentado Por:
Franklin Arley García Perea

Presentado a:
Jhon Jairo Cortes Murillo

Diplomado en productividad y transformación digital del mercadeo empresarial.

Intenalco Educación Superior

Cali, Valle del Cauca

24 de enero de 2026

Técnico Profesional en Procesos de Mercadeo.

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción
2. Descripción de la Empresa
3. Actividad Económica y Segmento de Mercado
 - 3.1 Segmento del mercado
 - 3.2 Propuesta de valor
4. Transformación Digital en el Entorno de Cuarzo Relojes
 - 4.1 Tendencias digitales del sector
 - 4.2 Presiones externas del entorno competitivo
5. Modelo de Negocio Canvas
 - 5.1 Modelo Canvas actual
 - 5.2 Propuesta de mejoras al Modelo Canvas
6. Mapa del Ecosistema Digital
 - 6.1 Ecosistema digital actual
 - 6.2 Ecosistema digital mejorado
7. Matriz de Beneficios y Riesgos
8. Brechas y Oportunidades de Mejora
 - 8.1 Brechas identificadas
 - 8.2 Oportunidades de mejora
9. Plan de Transformación Digital
 - 9.1 Introducción
 - 9.2 Objetivo general
 - 9.3 Objetivos específicos
 - 9.4 Objetivo SMART
10. Análisis del Contexto y la Competencia
11. Buyer Persona de Cuarzo Relojes
12. Indicadores Clave de Desempeño (KPI)

13. Plan de Implementación de Herramientas Freemium
14. Indicadores de Seguimiento del Piloto
15. Principales Riesgos y Acciones de Contingencia
16. Autoevaluación de Madurez Digital (BID / MinTIC)
17. Estrategias Generales de Marketing Digital
18. Flujo de Automatización de Cuarzo Relojes
19. Análisis General de la Empresa
20. Arquitectura del Sitio Web
21. Planeación de la Campaña Digital
22. Conclusiones
23. Canales Digitales
24. Bibliografía

DESCRIPCIÓN

Cuarzo relojes se trata de jóvenes emprendedores de la ciudad de Cali que además de vender relojes buscan ofrecer una experiencia única y auténtica para los amantes del tiempo y la elegancia. Sabemos que un reloj no es solo un accesorio, es una expresión de estilo, personalidad y precisión. Por eso, nuestra oferta se adapta a todos los gustos y presupuestos, con una cuidadosa selección de relojes originales y réplicas premium, diseñadas para quienes valoran la calidad y la exclusividad.

Actividad económica: La actividad económica de Cuarzo Relojes se centra en la comercialización de relojes para hombre y mujer, ofreciendo productos que combinan estilo, calidad y durabilidad. La empresa opera dentro del sector comercio, específicamente en la venta minorista de accesorios de moda y relojería..

SEGMENTO DEL MERCADO

El segmento de mercado de Cuarzo Relojes está compuesto por hombres y mujeres entre los 18 y 45 años que buscan accesorios elegantes, funcionales y que reflejen su estilo personal. Este público valora la estética, la calidad y la durabilidad, y suele estar atento a las tendencias de la moda y la tecnología en relojería.

Propuesta de valor:

La propuesta de valor de Cuarzo Relojes se basa en brindar una experiencia de compra diferenciada, donde la asesoría personalizada es el eje central del servicio. Más que vender un reloj, la marca se enfoca en contar la historia detrás de cada diseño, explicar sus características y educar a quienes aman la relojería

TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN SU ENTORNO

La transformación digital en el entorno de Cuarzo Relojes está marcada por el crecimiento del comercio electrónico y el uso intensivo de redes sociales para comprar, comparar y recibir asesoría. Los clientes buscan rapidez, personalización y contenido confiable, lo que impulsa a las MiPymes a adoptar herramientas como CRM, automatización y analítica básica. Al mismo tiempo, la competencia digital en el sector de accesorios es cada vez más fuerte, lo que convierte la innovación y la eficiencia en oportunidades clave para que Cuarzo Relojes fortalezca su presencia y mejore la experiencia del cliente.

PRESIONES EXTERNAS

La competencia en el sector de accesorios y moda es cada vez más intensa, especialmente por el crecimiento de marcas que operan exclusivamente en línea y que ofrecen precios competitivos, entregas rápidas y una alta presencia en redes sociales.

MODELO CANVAS



MODELO CANVAS POSIBLES MEJORIAS

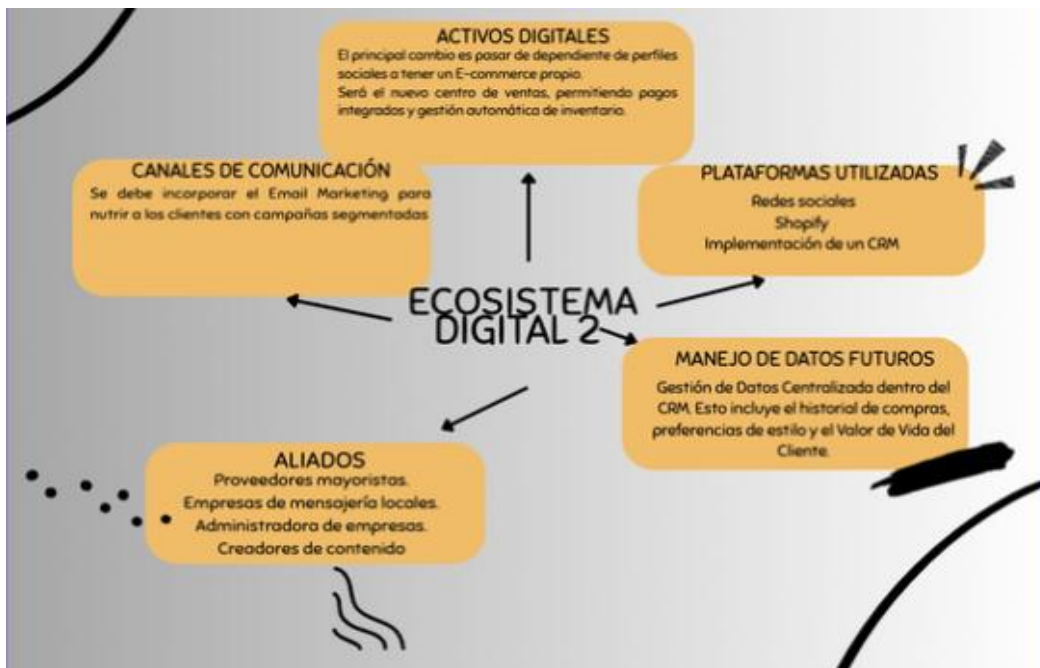
CUARZO RELOJES 2



MAPA ECOSISTEMA DIGITAL ACTUAL



MAPA ECOSISTEMA DIGITAL MEJORADO



MATRIZ DE BENEFICIOS Y RIESGOS

Dimensión	Nivel (1-5)	Descripción del estado actual	☐
Estrategia digital	2	La empresa utiliza redes sociales para vender y promocionar productos, pero aún no cuenta con una estrategia digital formal ni objetivos trazados para crecimiento, segmentación o posicionamiento.	
Experiencia del cliente	3	Se ofrecen respuestas rápidas, asesoría personalizada y contenido educativo, pero falta integrar herramientas de automatización, CRM o flujos de atención más estructurados.	
Tecnología y herramientas	2	Se manejan plataformas básicas como Instagram, WhatsApp y Shopify, pero no se utilizan analíticas avanzadas, automatizaciones ni integraciones para mejorar la gestión.	
Marketing digital y comunicación	3	Hay presencia activa en redes sociales, diseño visual cuidado y comunicación coherente, aunque falta profundizar en pauta segmentada, SEO y estrategias de contenido escalables.	
Gestión de datos	1	No existe un sistema formal de recolección, almacenamiento o análisis de datos de clientes; la información se maneja de forma manual y no se aprovecha para decisiones estratégicas.	
Cultura y talento digital	2	Hay disposición al aprendizaje digital, pero aún se depende de conocimiento empírico y falta capacitación en herramientas avanzadas y buenas prácticas digitales.	
Procesos internos digitalizados	2	Algunos procesos, como inventario y pedidos, se realizan parcialmente de forma manual. Se requiere digitalización más estandarizada para mejorar eficiencia y control.	

BRECHAS Y OPORTUNIDADES DE MEJORA

BRECHAS

Ausencia de una estrategia digital estructurada para guiar las acciones y el crecimiento de la marca.

Falta de un sistema formal de gestión de datos para tomar decisiones basadas en información real.

Bajo nivel de digitalización en procesos internos, con tareas operativas aún realizadas de forma manual.

Limitado uso de herramientas tecnológicas avanzadas como CRM, automatización o analítica digital.

Falta de un catálogo interactivo

OPORTUNIDADES DE MEJORA

Implementar una estrategia digital formal que permita definir objetivos, segmentar mejor al público y orientar las acciones de marketing de manera más eficiente.

Incorporar un sistema de gestión de datos o CRM para organizar información de clientes, mejorar el seguimiento y fortalecer la toma de decisiones basada en evidencia.

Digitalizar procesos internos como inventario, pedidos y seguimiento de ventas para aumentar la eficiencia operativa y reducir errores manuales.

Integrar herramientas tecnológicas como automatización de mensajes, analítica web y pauta segmentada para mejorar la experiencia del cliente y ampliar el alcance de la marca.

PLAN DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

INTRODUCCIÓN

La transformación digital se ha convertido en un factor esencial para la competitividad de las MiPymes, especialmente en sectores como los accesorios y la moda, donde la experiencia visual y la atención rápida son clave para atraer clientes. En este contexto, Cuarzo Relojes, una tienda dedicada a la venta de relojes

modernos, ha iniciado un proceso de incorporación de herramientas y prácticas digitales para fortalecer su presencia en el mercado y mejorar la atención a sus compradores. Aunque la tienda ya ha avanzado en redes sociales y comunicación digital, su nivel de integración tecnológica todavía es parcial y enfrenta retos relacionados con automatización, organización de datos y optimización del ecosistema digital. El siguiente análisis presenta una visión general del nivel de madurez digital de Cuarzo Relojes, destacando sus avances, limitaciones y oportunidades para evolucionar hacia un entorno digital más sólido, eficiente y competitivo.

OBJETIVO GENERAL

Evaluar el nivel de madurez digital de Cuarzo Relojes con el fin de identificar fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora que permitan diseñar estrategias de transformación digital orientadas a optimizar procesos, fortalecer su presencia online y mejorar la experiencia de compra del cliente.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el estado actual del ecosistema digital de Cuarzo Relojes, incluyendo redes sociales, canales de atención y herramientas utilizadas.
- Identificar el nivel de digitalización de los procesos internos, como inventario, ventas, gestión de pedidos y administración.
- Evaluar la presencia digital y las estrategias de marketing empleadas en redes sociales y otros canales digitales.
- Determinar el uso que hace la tienda de datos y métricas, así como su impacto en la toma de decisiones comerciales.
- Examinar las capacidades digitales del equipo, especialmente en herramientas de marketing, ecommerce y automatización.
- Detectar brechas y riesgos digitales que afectan la eficiencia y el crecimiento del negocio.
- Proponer oportunidades de mejora que fortalezcan la transformación digital de Cuarzo Relojes y permitan aumentar su nivel de madurez digital.

Objetivos específicos

Analizar de forma detallada el funcionamiento actual de los canales digitales y de venta de Cuarzo Relojes, con el propósito de identificar debilidades en la integración entre redes sociales, WhatsApp y el proceso de venta, así como fallas en la atención

al cliente que impactan negativamente la experiencia de compra y la percepción de la marca.

Evaluar los procesos internos de gestión de la información y relación con los clientes, con el fin de determinar cómo la ausencia de herramientas tecnológicas como un sistema CRM y la dependencia de registros manuales afectan la eficiencia operativa, la segmentación de clientes, la personalización de la comunicación y la fidelización a largo plazo.

Diseñar propuestas de mejora orientadas a la transformación digital de Cuarzo Relojes, enfocadas en la integración del ecosistema digital, la automatización de la atención al cliente y el uso estratégico de los datos, con el objetivo de optimizar la toma de decisiones de mercadeo y fortalecer la competitividad del negocio en el mercado de relojes y accesorios.

Objetivo SMART

Implementar un sistema de gestión de relaciones con clientes (CRM) en Cuarzo Relojes en un período máximo de seis meses, que permita centralizar la información de al menos el 80 % de los clientes activos, reducir en un 30 % los tiempos de respuesta en los canales digitales y aumentar en un 15 % la tasa de recompra, mediante la automatización de la atención, el seguimiento postventa y la personalización de ofertas comerciales.

Además agregar o aplicar un sistema el cual los productos disponibles las personas los observen de forma didáctica y les genere esa curiosidad de saber la historia detrás de cada reloj.

Análisis Detallado del Contexto y la Competencia de Cuarzo Relojes

El Retail de relojes y accesorios en Colombia

Cuarzo Relojes opera en el competitivo mercado del retail de relojes y accesorios en Colombia, con una presencia enfocada en la venta directa al consumidor final. Su modelo se apoya principalmente en canales digitales como redes sociales y WhatsApp, complementados con la venta directa, lo que le permite una relación cercana con el cliente. Sin embargo, el contexto actual del mercado está marcado por cambios tecnológicos, alta competencia digital y un consumidor cada vez más informado, lo que obliga a Cuarzo Relojes a evolucionar de una simple digitalización hacia una verdadera transformación de su modelo operativo y comercial.

Contexto General: Tendencias y Presiones

El mercado exige tres elementos que Cuarzo Relojes debe dominar:

Omnicanalidad y Experiencia Phygital

El consumidor actual investiga en redes sociales, compara precios en Marketplace y espera una experiencia fluida entre lo digital y lo físico. Cuarzo Relojes necesita integrar mejor sus canales (Instagram, WhatsApp y punto de venta) para evitar rupturas en el proceso de compra y mejorar la experiencia del cliente.

Economía de la atención

La rapidez en la respuesta es clave. Actualmente, WhatsApp se convierte en un cuello de botella, ya que recibe consultas que no siempre están relacionadas con la compra directa. Esto genera demoras en la atención de clientes realmente interesados, lo que puede traducirse en pérdida de ventas y afectar la percepción de la marca.

Data como Arma Competitiva

Las empresas que logran crecer son aquellas que usan los datos del cliente para tomar decisiones. Cuarzo Relojes no solo compete por precio o diseño, sino contra la capacidad de análisis y personalización que tienen otras marcas que ya utilizan CRM y herramientas de automatización.

Análisis de la Competencia

La competencia de Cuarzo Relojes puede dividirse en tres niveles:

1. Competencia Directa: Los Gigantes y los Nichos Locales

Gigantes y marcas reconocidas (Casio, Fossil, Invicta, Apple Watch, Samsung):

Estas marcas representan una amenaza importante, no solo por la calidad del producto, sino por su fuerte posicionamiento de marca, inversión en tecnología, logística y gestión de datos. El consumidor compara la experiencia de compra de Cuarzo Relojes con la de estas marcas, lo que evidencia la desventaja cuando no existe un ecosistema digital integrado.

Tiendas colombianas y locales de relojes y accesorios

Compiten por el mismo cliente que busca diseño, precio y garantía. El riesgo para Cuarzo Relojes es que alguna de estas tiendas implemente primero un sistema de automatización o CRM, logrando promociones personalizadas y una comunicación más constante, captando rápidamente parte del mercado.

2. Competencia Indirecta: Marketplace y Tiendas por Departamento

Marketplace o tiendas de cadena las cuales tienen un alto reconocimiento en el mercado y se encuentran bien posicionadas.

Su mayor fortaleza es la conveniencia: Amplia variedad, comparación inmediata de precios y entregas rápidas. Para Cuarzo Relojes, competir directamente en estos canales es difícil sin una estrategia clara de diferenciación y valor agregado, La cual es la que he comentado.

Retail general y tiendas de moda

Muchas tiendas de ropa y accesorios incluyen relojes como producto complementario, compitiendo por el mismo presupuesto del consumidor, especialmente en temporadas de regalo.

La Ventaja Competitiva y el Desafío Central de Cuarzo Relojes

La principal ventaja de Cuarzo Relojes radica en su cercanía con el cliente, asesoría personalizada y control directo de la comunicación y venta. Esto le permite generar confianza y una relación más humana frente a las grandes plataformas.

Sin embargo, el desafío se encuentra en la Brecha de Inteligencia Operativa identificada:

La Debilidad del Sitio

El sistema actual, basado principalmente en redes sociales y WhatsApp, funciona para vender, pero depende de procesos manuales y no centraliza la información del cliente. La falta de un CRM hace que Cuarzo Relojes sea eficiente vendiendo productos, pero lenta en la gestión de relaciones, aumentando el costo de adquisición de clientes (CAC).

La Batalla de la Experiencia

Aunque existe contacto directo con el cliente, no se aprovecha la información histórica de compras y preferencias. El vendedor no cuenta con insights claros, lo que limita la personalización y la fidelización. En este sector, la ventaja competitiva se gana reconociendo al cliente en todos los puntos de contacto.

Conclusión

Cuarzo Relojes se encuentra en una encrucijada estratégica. Cuenta con un producto atractivo y una presencia digital activa, pero su crecimiento futuro no depende de competir con grandes marcas en volumen, sino de integrar su ecosistema digital. Invertir en la organización de datos, automatización y experiencia del cliente permitirá que cada esfuerzo de marketing se convierta en fidelización, transformando al comprador ocasional en un cliente recurrente y leal.

Buyer Persona de Cuarzo Relojes

Perfil general

Nombre: Samuel Jiménez

Edad: 18 a 40 años

Género: Principalmente masculino (aunque también incluye mujeres compradoras de regalo)

Nivel socioeconómico: Medio y medio–alto

Ubicación: Ciudades principales y municipios cercanos

Ocupación: Estudiante universitario, joven profesional o trabajador.

Ingresos: Estables, con capacidad de compra moderada.

Características demográficas y psicográficas

Samuel es una persona interesada en su imagen personal y en proyectar un estilo moderno y organizado. Valora los accesorios como parte importante de su presentación diaria, especialmente los relojes, los cuales percibe como un símbolo de estatus, puntualidad y buen gusto. Busca productos que combinen diseño, funcionalidad y un precio accesible.

Es un joven muy activo en redes sociales y le gusta consultar sobre relojes que le atraen.

Comportamiento digital

- Usa activamente Instagram, WhatsApp y TikTok
- Descubre productos a través de redes sociales y recomendaciones
- Consulta precios y características antes de comprar
- Prefiere escribir por WhatsApp para resolver dudas rápidas
- Valora respuestas ágiles y asesoría personalizada

Necesidades y motivaciones

- Accesorios que complementen su estilo personal
- Relojes modernos, funcionales y a buen precio
- Garantía y respaldo del producto
- Atención rápida y confiable
- Opciones para compra personal y para regalo

Dolores

Demoras en la respuesta por canales digitales

Falta de claridad en precios, disponibilidad o garantías

Desconfianza en tiendas sin presencia digital clara

Objetivos como cliente

Comprar un reloj que se adapte a su estilo y necesidades

Sentirse seguro durante el proceso de compra

Recibir una buena experiencia antes, durante y después de la venta

Encontrar una tienda confiable para futuras compras

¿Por qué elegiría Cuarzo Relojes?

Samuel elegiría Cuarzo Relojes por la cercanía en la atención, la asesoría personalizada, la variedad de estilos y la facilidad de contacto a través de canales digitales. Además, valora que la tienda le brinde confianza, seguimiento postventa y una comunicación clara.

Indicador (KPI)	Descripción	Fórmula de cálculo	Fuente de datos	Meta o rango objetivo
Alcance en Instagram	Número de personas únicas que visualizan los reels y publicaciones orgánicas de la tienda	Total de cuentas alcanzadas	Instagram Insights	Aumentar el alcance en un 10 %
Visualizaciones en TikTok	Cantidad de veces que los videos publicados son vistos por los usuarios	Total de visualizaciones por video	TikTok Analytics	Incremento progresivo durante el piloto
Crecimiento de seguidores	Mide el aumento de la comunidad digital en Instagram y TikTok	Seguidores finales - Seguidores iniciales	Instagram y TikTok Insights	Crecimiento positivo

Mensajes recibidos en WhatsApp	Número de clientes que escriben solicitando información, catálogo o precios	Total de chats iniciados	WhatsApp Business	Aumento del 15 %
Envío de catálogos digitales	Mide cuántas veces se comparte el catálogo digital a clientes potenciales	Total de catálogos enviados	WhatsApp Business	Incremento semanal
Tasa de conversión de ventas a	Relación entre mensajes recibidos y ventas efectivamente realizadas	(Ventas realizadas / Chats iniciados) × 100	Registro interno (Excel)	≥ 20 %
Recompra de clientes	Número de clientes que vuelven a comprar tras mensajes de seguimiento o promociones	Clientes recurrentes / Clientes totales	WhatsApp Business + Excel	Al menos 1 recompra semanal

1. Plan de Implementación de Herramientas Freemium

Cuarzo Relojes es una tienda dedicada a la comercialización de relojes y accesorios de moda, orientada a clientes que buscan productos modernos, funcionales y a precios accesibles. Con el fin de fortalecer su proceso de transformación digital, la empresa puede apoyarse en herramientas freemium que le permitan mejorar su visibilidad, atención al cliente y organización interna, sin generar altos costos. El siguiente plan describe la implementación estratégica de estas herramientas durante un periodo aproximado de 90 días.

Fase 1 (Semana 1–2): Organización y Comunicación Digital

Herramientas

WhatsApp Business (gratuito)

Canva

Excel

Acciones

Configurar mensajes automáticos de bienvenida, respuestas rápidas y etiquetas en WhatsApp Business para agilizar la atención al cliente.

Diseñar un catálogo digital de relojes con referencias, precios, promociones y características clave (tipo de reloj, material, garantía).

Organizar un registro básico de ventas y pedidos diarios en Excel.
Definir una línea gráfica sencilla para redes sociales, utilizando colores elegantes y tipografías modernas alineadas con la identidad de Cuarzo Relojes.

Fase 2 (Semana 3–6): Gestión de Pedidos y Atención al Cliente

Herramientas

WhatsApp Business

Excel

Acciones

Registrar datos básicos de los clientes (nombre, contacto, referencia adquirida y fecha).

Clasificar pedidos mediante etiquetas como: Consulta, Pedido confirmado, Pago recibido y Pedido entregado.

Implementar seguimiento manual a pedidos y mensajes postventa.

Mejorar la experiencia del cliente mediante atención clara, información detallada de los productos y confirmación de pedidos.

Fase 3 (Semana 6–10): Presencia Digital y Programación de Contenido

Herramientas

Meta Business Suite

Instagram y TikTok

Acciones

Programar publicaciones semanales en Instagram (reels de productos, promociones y nuevos modelos).

Publicar videos cortos en TikTok mostrando detalles de los relojes, estilos de uso y comparaciones.

Analizar métricas básicas como alcance, interacciones, visualizaciones y mensajes recibidos.

Fase 4 (Semana 10–12): Fidelización y Organización Interna

Herramientas

WhatsApp Business

Excel

Acciones

Enviar mensajes de agradecimiento, promociones y lanzamientos a clientes frecuentes.

Registrar clientes recurrentes y frecuencia de recompra.

Evaluar los resultados del piloto digital y definir mejoras para la siguiente etapa.

2. Indicadores de Seguimiento del Piloto (KPI)

Indicadores Digitales

Alcance en Instagram: Aumento del 10 %.

Visualizaciones en TikTok: Crecimiento progresivo.

Crecimiento de seguidores: Aumento mensual positivo.

Indicadores Comerciales

Mensajes recibidos en WhatsApp: Incremento del 15 %.

Tasa de conversión a ventas: Mínimo del 20 %.

Clientes recurrentes: Al menos una recompra mensual.

Indicadores Operativos

Tiempo de respuesta: menos de 5 minutos.

Consistencia de publicaciones: mínimo 3 publicaciones semanales.

Registro de información: actualización del 90 % de ventas y pedidos.

3. Principales Riesgos y Acciones de Contingencia

Bajo alcance en redes sociales

Contingencia: ajustar horarios y priorizar reels y videos en tendencia.

Respuesta tardía en WhatsApp

Contingencia: activar respuestas automáticas y definir horarios de atención.

Catálogo digital desactualizado

Contingencia: revisar y actualizar semanalmente.

Falta de seguimiento a clientes anteriores

Contingencia: programar mensajes postventa y promociones periódicas.

Baja conversión de mensajes a ventas

Contingencia: mejorar argumentación comercial y ofrecer promociones limitadas.

4. Autoevaluación de Madurez Digital

(Inspirada en BID / MinTIC)

La evaluación se realizó con una escala de 1 a 5, donde 1 es nivel inicial y 5 nivel avanzado.

Estrategia digital: 3

Uso activo de redes sociales y WhatsApp, pero sin una estrategia formal de largo plazo.

Procesos: 2

Predominan procesos manuales en pedidos, ventas e inventarios.

Tecnología: 3

Uso de herramientas básicas no integradas entre sí.

Talento humano: 3

Buen manejo operativo, pero con alta carga en momentos de mayor demanda.

Clientes: 4

Atención cercana, rápida y personalizada que genera confianza.

Datos: 2

Registros básicos sin análisis estructurado para la toma de decisiones.

Nivel general de madurez digital:

Intermedio, con alto potencial de mejora.

5. Identificación de Brechas y Oportunidades de Mejora

Brechas

Falta de un sistema integrado para pedidos, ventas e inventarios.

Uso limitado de datos para análisis y toma de decisiones.

Alta dependencia de Instagram y WhatsApp como únicos canales digitales.

Oportunidades

Implementar un sistema básico de gestión (Excel avanzado o CRM sencillo).

Automatizar la atención al cliente en WhatsApp Business.

Definir y monitorear KPI's para mejorar la planificación y el crecimiento.

7. Estrategias Generales

Fortalecer la imagen digital de la marca.

Mejorar la experiencia del cliente mediante atención rápida y clara.

Aumentar ventas y fidelización a través de redes sociales y WhatsApp.

8. Flujo de Automatización – Cuarzo Relojes

Atracción en redes sociales

Contacto por WhatsApp

Respuesta automática con catálogo

Selección del producto

Registro del pedido
Confirmación de pago
Seguimiento del envío
Fidelización

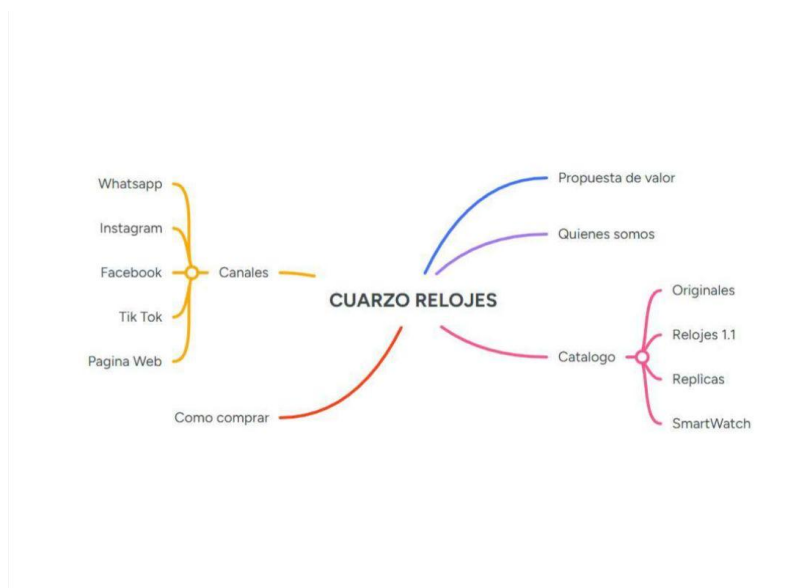
9. Análisis de la Empresa

Cuarzo Relojes es una microempresa del sector retail dedicada a la venta de relojes y accesorios. Su propuesta de valor se basa en productos modernos, precios accesibles y atención personalizada. Aunque cuenta con un ecosistema digital funcional, la dependencia de procesos manuales y la falta de análisis de datos limitan su crecimiento. No obstante, existen amplias oportunidades de mejora mediante herramientas digitales sencillas y una estrategia estructurada.

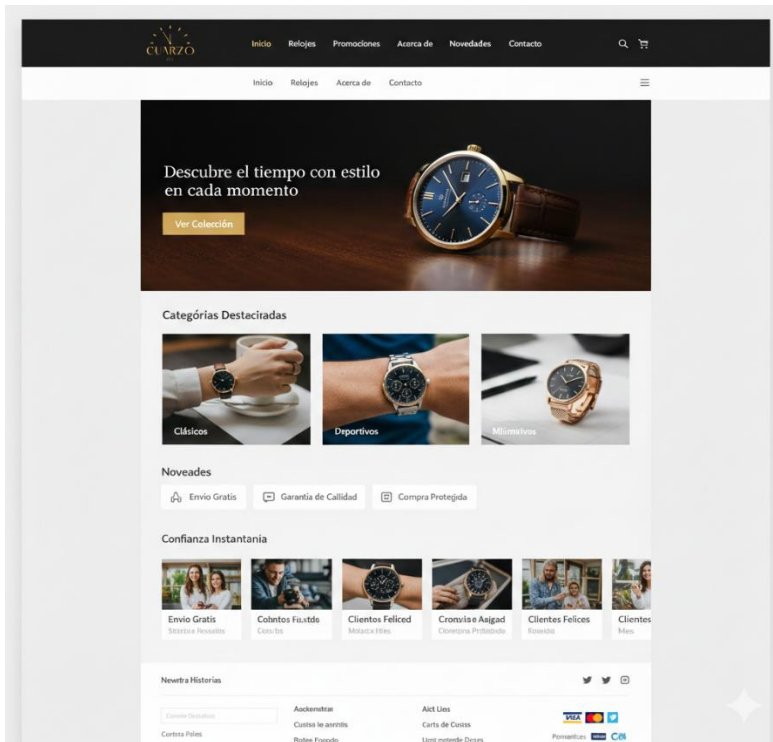
10. Conclusiones

Cuarzo Relojes posee una base sólida en producto y atención al cliente, pero requiere fortalecer su ecosistema digital para crecer de manera organizada y sostenible. La implementación progresiva de herramientas freemium permitirá mejorar la eficiencia operativa, reducir errores y apoyar la toma de decisiones basadas en datos. Con una estrategia digital clara, la tienda podrá aumentar su competitividad y consolidarse en el mercado.

MAPA WEB



WILFRAME



1. Cabecera Identidad: El logo dorado de Cuarzo Relojes se ubica en el extremo izquierdo, otorgando reconocimiento de marca inmediato.

Navegación: Un menú limpio con secciones claras: *Inicio*, *Relojes*, *Promociones*, *Acerca de nosotros* y *Contacto*.

Herramientas de Usuario: Barra de búsqueda integrada, acceso a cuenta personal y un icono de carrito con contador dinámico para gestionar los pedidos.

2. Sección Hero (Banner Principal)

Visual: Una imagen de gran formato que evoca aspiración y elegancia.

Mensaje Central: El eslogan corregido: "Descubre el tiempo con estilo en cada momento".

Llamada a la Acción (CTA): Un botón destacado "Explorar Colección" diseñado para dirigir el tráfico directamente al catálogo más vendido.

3. Sistema de Filtros y Categorías

Segmentación: Permite al cliente filtrar por *Marca*, *Rango de Precio*, *Tipo de Pulso (Cuero/Metal)* y *Funcionalidad*.

Utilidad: Esencial para que el rango de edad de 18-45 años encuentre rápidamente el modelo que se ajusta a su presupuesto.

4. Exhibición de Producto Principal

Ficha Destacada: Un reloj de gran formato con descripción técnica, precio visible y sistema de valoración por estrellas.

Conversión Directa: Botón de "Añadir al Carrito" y una opción secundaria de "Comprar vía WhatsApp", integrando el canal de ventas actual de la microempresa.

5. Galería de "Nuestras piezas más valiosas"

Organización: Una cuadrícula que muestra diversidad de modelos (clásicos, deportivos y modernos).

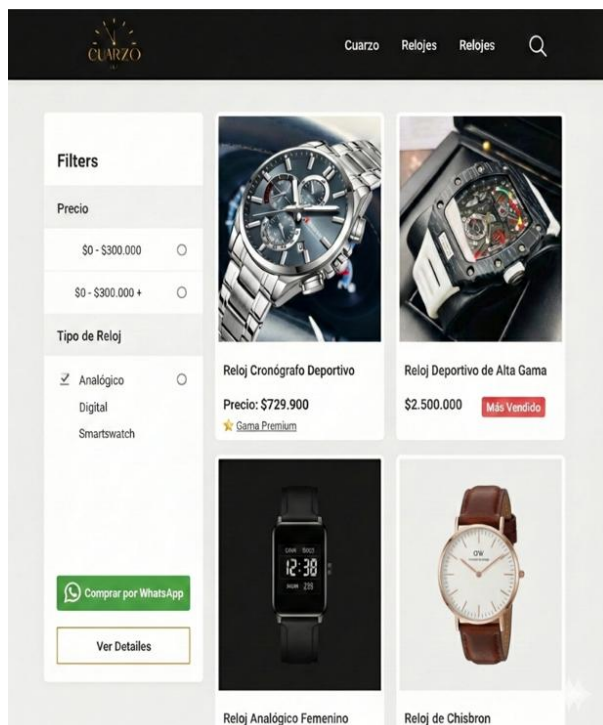
Funcionalidad: Cada miniatura incluye el nombre del modelo, el precio y un botón rápido de compra para agilizar la navegación.

7. Pie de Página Confianza: Iconos de métodos de pago (Visa, Mastercard, etc.) y sellos de seguridad.

Información Legal: Enlaces a políticas de garantía, términos y condiciones.

Redes Sociales: Accesos directos a Instagram y Facebook para potenciar la comunidad digital de la marca.

CATÁLOGO



La arquitectura de información del sitio web de Cuarzo Relojes se organiza en una estructura lineal y jerárquica que facilita la navegación a través de cuatro secciones clave: una página de inicio con impacto visual, un catálogo digital dividido por gamas (Premium y Accesible), un apartado de sobre nosotros para generar confianza y una sección de contacto directo. Entre sus funcionalidades principales destaca un sistema de filtros de búsqueda por precio y estilo, junto con la integración de botones de compra asistida por WhatsApp en cada producto, lo que permite al cliente resolver dudas y concretar el pago de forma inmediata. Visualmente, la plataforma emplea una estética moderna y minimalista con una paleta de colores en negro, blanco y dorado que refuerza la elegancia de la marca, priorizando un diseño limpio con botones grandes y adaptables a dispositivos móviles para asegurar una experiencia de usuario rápida, intuitiva y profesional.

QUIENES SOMOS



El título aparece en letras grandes y tipografía clásica. Esto le da un aire de **autoridad y respeto**, indicando que es la sección donde la empresa cuenta su verdad y su origen.

Aquí aparece un bloque de texto justificado que narra la evolución de la marca el cual esta enunciado como **Nuestra historia**.

Funcionalidad: Humaniza el negocio. Cuenta que empezaron desde lo pequeño hasta convertirse en un referente de moda accesible.

Esto crea un vínculo emocional con el cliente, quien ya no siente que le compra a una máquina, sino a personas con un sueño.

PREGUNTAS FRECUENTES

CUARZO TIME
RELOJES REPLICAS Y ORIGINALES

INICIO TIENDA NOSOTROS PREGUNTAS CONTACTO

PREGUNTAS

- ¿Qué tipos de relojes venden en Cuarzo Time?**
En Cuarzo Time ofrecemos una amplia gama de relojes originales de marcas reconocidas, así como réplicas premium de alta calidad que imitan diseños icónicos, todo con garantía y materiales seleccionados.
- ¿Las réplicas tienen garantía?**
Sí, todas nuestras réplicas premium cuentan con garantía limitada que cubre defectos de fabricación y funcionamiento, para que compres con total confianza.
- ¿Cómo puedo saber si un reloj es original o réplica?**
Cada producto viene acompañado de documentación y certificaciones que acreditan su autenticidad. Además, nuestro equipo está disponible para brindarte toda la información necesaria para que tu compra sea transparente.
- ¿Qué métodos de pago aceptan?**
Aceptamos diversas formas de pago, incluyendo tarjetas de crédito, débito, transferencias bancarias y plataformas de pago en línea para tu comodidad y seguridad.
- ¿Realizan envíos a todo el país?**
Sí, hacemos envíos seguros a nivel nacional con seguimiento en tiempo real para que recibas tu reloj donde quieras y en el menor tiempo posible.
- ¿Puedo cambiar o devolver un reloj?**
Sí, contamos con una política de cambios y devoluciones dentro de los primeros 15 días posteriores a la compra, siempre y cuando el producto se encuentre en condiciones originales y con su embalaje intacto.

El sitio donde las personas pueden encontrar respuesta a ciertas preguntas que puedan tener, en momentos donde no tengamos el chatbot en servicio.

https://franklingarciapere.wixsite.com/cuarzo_time

Google Analytics

Se anexa evidencia del código de Google Analytics la cual no se pudo conectar con Wix, plataforma que utilicé para realizar mi pagina web.

analytics.google.com/analytics/web/?authuser=0#/a30860587/p434796955/admin/property/create

Analytics

Detalles del flujo web

La recogida de datos en su sitio web no está activada. Si has instalado etiquetas hace más de 48 horas, comprueba que están configuradas correctamente. [Ver instrucciones de etiquetas](#)

NOMBRE DEL FLUJO	URL DEL FLUJO	ID DEL FLUJO	ID DE MEDICIÓN
Cuarzo Relojes	https://franklingarciapere.wixsite.com/cuarzo_time	13337641308	G-NYGY9GV3ZZ

Eventos

Medición mejorada
Mide las interacciones y el contenido de los sitios web automáticamente, además de las vistas de página. Puede que se recojan datos de los elementos de las páginas, como enlaces y videos insertados, con los eventos correspondientes. Debe asegurarse de que no se envíe información de identificación personal a Google. [Más información](#)

Midiendo: Vistas de página Desplazamientos Clics de salida Y 4 más

- Modificar eventos**
Modifique eventos y parámetros entrantes. [Más información](#)
- Crear eventos personalizados**
Crea eventos a partir de otros disponibles. [Más información](#)
- Secretos de la API de Measurement Protocol**
Crea un secreto de API para permitir que se envíen eventos adicionales a este flujo a través de Measurement Protocol. [Más información](#)
- Ocultar datos**
Evita que se envíen datos específicos a Google Analytics. [Más información](#) Como activo Claves de parámetro de consulta de URL inactivas

Etiqueta de Google

23°C Parc. nublado 8:34 p. m. 25/01/2025

PayPal

15:34 dom, 25 de ene

paypal.com/mep/dashboard

Cuarzo Relojes

US\$ 0,00 USD

Saldo disponible

[Ver Fondos](#)

[Enviar información para acceder a los fondos](#)

Para continuar teniendo acceso a sus fondos, tiene que enviar la información que solicitamos.

[Asociar cuenta bancaria](#)

Asocie una cuenta bancaria para hacer transferencias fácilmente.

Acceso rápido

Rendimiento empresarial [Ver más](#)

Todas las comparaciones con los 30 días anteriores

Volumen total de ventas

\$ 0,00

Valor promedio de pedidos

\$ 0,00

Total de clientes

0

Configurar PayPal Checkout

Deje que sus clientes paguen como quieran en su sitio web.

[Elija una forma de integración](#)

Movimientos recientes [Ver Movimientos](#)

15:53 dom, 25 de ene

powr.io/checkout_screen?unique_label=d29

Order Summary

Product	- 1 +	\$150000.00
Total parcial:		\$150000.00
Total:		\$150000.00

Payment

Pagar con

Safe and Secure

Planeación de Campaña Digital

Marca: Cuarzo Relojes

Tipo: Lanzamiento / Promoción de marca y catálogo digital

Duración: 6 semanas

Canales: Instagram, TikTok, WhatsApp Business y Landing Page (Wix)

1. Objetivo de la Campaña

Objetivo general

Posicionar a Cuarzo Relojes como una marca confiable y diferenciada en relojería moderna, aumentando el interés por su catálogo digital y generando ventas a través de WhatsApp.

Objetivo SMART

En 6 semanas, incrementar en un 20 % los mensajes en WhatsApp, lograr una tasa de conversión mínima del 20 % y registrar al menos el 80 % de los nuevos clientes en una base de datos básica, apoyados en contenido que destaque la historia detrás de cada reloj.

2. Concepto Creativo

“Cada reloj tiene una historia. Descubre la tuya.”

El concepto refuerza la propuesta de valor de la marca: no vender solo relojes, sino una experiencia y asesoría personalizada.

3. Plan de Contenido en Redes Sociales

Instagram y TikTok

Contenido de atracción: Reels y videos cortos mostrando estilos de relojes y tendencias.

Contenido educativo: Historias y carruseles explicando cómo elegir un reloj y la historia de cada modelo.

Contenido de conversión: Publicaciones con precio visible y CTA directo a WhatsApp.

Contenido de fidelización: Testimonios, mensajes postventa y promociones exclusivas.

Frecuencia: 3–4 publicaciones semanales

CTA principal: “Habla con un asesor por WhatsApp”

4. Landing Page (Página de Aterrizaje)

Objetivo: Convertir el tráfico de redes sociales en conversaciones por WhatsApp.

Estructura resumida:

1. Hero: Imagen del producto + eslogan + botón “Explorar colección”.
2. Propuesta de valor: Asesoría personalizada, garantía y confianza.
3. Catálogo digital: Productos con precio, breve historia y botón “Comprar por WhatsApp”.
4. Confianza: Testimonios y métodos de pago.
5. CTA final: “Habla con un asesor ahora”.

5. Embudo de Conversión y Experiencia de Usuario

1. Redes sociales →
2. Landing page →
3. WhatsApp Business (respuesta automática + catálogo) →
4. Asesoría personalizada →
5. Venta →
6. Seguimiento postventa y fidelización.

6. KPI Principales

Alcance en Instagram: +10 %

Mensajes en WhatsApp: +20 %

Conversión a ventas: ≥ 20 %

Tiempo de respuesta: < 5 minutos

Recompra: mínimo una semanal

7. Cierre

Esta campaña permite a Cuarzo Relojes fortalecer su presencia digital, ordenar el proceso de venta y mejorar la experiencia del cliente, sentando las bases para una futura automatización y uso estratégico de datos.



REDES SOCIALES

INSTAGRAM

https://www.instagram.com/cuarzo_relojes?igsh=eXUwaml3MXVsdjF2

TIK TOK

https://www.tiktok.com/@cuarzo.relojes?_r=1&_t=ZS-93NfOJXnpR3

PAGINA WEB

https://franklingarciapere.wixsite.com/cuarzo_time

BIBLIOGRAFÍA

- <https://www.salesforce.com/marketing/automation/>
- <https://digitalizacionparapymes.com.mx/desarrollo-de-ecosistemas-digitales-para-pymes/>
- https://es.wix.com/blog/que-es-una-landing-page?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=23032460389^186564203898^search%20-%20dsa&experiment_id=^774435310503^&gad_source=1&gad_campaignid=23032460389&gbraid=0AAAAADwEfwVlqg9MTs4qOzHzuyP1LVXN3&gclid=Cj0KCQjA-NHLBhDSARIsAlhe9X2b9cGYGTl4nIGu2zKLAoMBcrawiyfy5DOfbfvp-jA7e0-GkmYQaAuYdEALw_wcB
- <https://www.isdi.education/es/blog/que-es-un-kpi-y-para-que-sirve>
- <https://www.hootsuite.com/resources/digital-trends>
- <https://business.whatsapp.com/>
- <https://support.google.com/analytics#topic=14090456>
- <https://www.youtube.com/watch?v=Q49vmfCBT6k&authuser=0>
- <https://www.youtube.com/watch?v=owxaHr0-5kQ&authuser=0>
- <https://www.paypal.com/co/cshelp/article/%C2%BFc%C3%B3mo-puedo-asociar-y-confirmar-mi-n%C3%BAmero-de-celular-help266>