

Plan de Marketing Digital
Marketing Digital y Flujo de Automatización

Presentado Por:

Laura Alejandra Correa Soto

Daniel Mauricio Silva Cerón

Presentado a:

Jhon Jairo Cortes Murillo

Diplomado en productividad y transformación digital del mercadeo empresarial.

Intenalco Educación Superior

Cali, Valle del Cauca

26 de enero de 2026

Técnico Profesional en Procesos de Mercadeo.

Contenido

1. Datos generales del proyecto	3
2. Diagnóstico sintético de la situación actual	3
3 . Objetivos SMART y KPIs de marketing digital	4
4.2 Buyer Persona objetivo	6
5. Estrategia y selección de tácticas	6
6. Herramientas del ecosistema digital	7
7. Diseño del flujo de automatización.....	7
8. Cronograma de implementación del piloto (2 semanas).....	8
9. Indicadores de seguimiento y evaluación del piloto	8
10. Principales riesgos y acciones de contingencia	9
11. Implementación de la página web.....	9
12. Construcción de mapa o árbol de contenido del sitio web (propuesta)	9
13. Construcción del wireframe de la estructura del sitio web (propuesta)	10
2. Imagen demostrativa (Banner)	11
3. Productos destacados	11
4. Acceso al blog.....	11
5. Términos y condiciones de uso	12
1. Ediciones Especiales	12
2. Kits de Regalo	12
3. Por Ocasión	12
1 Nombre	14
2 Mensaje especial en tarjeta	14
3 Empaque (Clásico, premium, deluxe).....	14
4 Formas (corazones, letras, números...)	14
5 Toppings (oreo, maní, chispas, etc.).....	15
1. Historia de la marca	15
2. Valores y propuesta de valor.....	15
1.Envíos.....	16
2. Tiempos de entrega	16
3. Medios de pago	16
1. Redes sociales.....	17
2. WhatsApp.....	17
14. Implementación de la página web.....	17
15. Implementación de analítica básica (seguimiento de datos)	21

16. Implementación del canal de contacto y cierre de pedidos (WhatsApp Business)	22
17. Implementación de método de pago PayPal	22
17. Campaña de lanzamiento digital	23
18. Construcción de página de aterrizaje (Landing Page) en el sitio web piloto	25
19. Verificación de la experiencia de usuario como embudo de conversión	26
20. Conclusión	27

1. Datos generales del proyecto

- **Nombre de la empresa o proyecto:** Chokoretto
- **Sector / actividad económica:** CIU 1082 – Elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería.
- **Responsable del plan:** Área de Marketing y Gestión Comercial – Chokoretto.
- **Correo electrónico y teléfono:** chokoretto@gmail.com | +57 318 616 6939
- **Periodo de ejecución del piloto (2 semanas):** 12 al 25 de enero de 2026.

2. Diagnóstico sintético de la situación actual

Chokoretto es una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de chocolates artesanales personalizados, cuya propuesta de valor se centra en la creación de experiencias emocionales a través de productos únicos. La marca ha logrado posicionarse en el mercado local gracias a la personalización de sus productos y al contacto cercano con sus clientes.

Actualmente, su ecosistema digital es funcional, pero presenta limitaciones asociadas a la dependencia de procesos manuales y a la concentración de su operación digital en pocos canales. Aunque estos canales permiten una comunicación directa con el cliente, dificultan la eficiencia operativa y el crecimiento estructurado del negocio.

Aspectos clave del diagnóstico:

- **Dependencia de Instagram como canal principal:** La marca utiliza Instagram como principal vitrina digital para mostrar sus productos y atraer clientes, lo que genera una alta dependencia de esta plataforma para la visibilidad y las ventas.

- **Gestión manual de procesos:** La atención al cliente, la gestión de pedidos y el seguimiento postventa se realizan de forma manual, aumentando el riesgo de errores, retrasos y sobrecarga operativa.
- **Baja automatización:** Chokoretto no cuenta con herramientas de automatización que permitan optimizar respuestas frecuentes, gestión de pedidos o seguimiento del cliente.
- **Falta de medición de indicadores:** No se realiza un seguimiento sistemático de indicadores clave como tasa de conversión, valor promedio del pedido o recompra, lo que limita la toma de decisiones basada en datos.

3 . Objetivos SMART y KPIs de marketing digital

Fortalecer el ecosistema digital de Chokoretto mediante la optimización de sus canales digitales y procesos de atención, mejorando la experiencia del cliente y la eficiencia operativa durante un piloto académico de dos semanas.

Objetivo SMART	Tipo	KPI Asociado	Meta Piloto (2 sem)
Incrementar en un 15% los pedidos generados a través de canales digitales mediante la optimización del proceso de pedidos durante las primeras 2 semanas.	Conversión	Tasa de conversión de pedidos (%)	15% de incremento

Automatizar la respuesta del 70% de las consultas frecuentes (FAQ) en WhatsApp durante el piloto.	Servicio / Fidelización	% de consultas resueltas de forma automática	70% de automatización
Incrementar la base de datos de clientes en un 10% mediante la captación de información en Instagram y WhatsApp.	Adquisición	Número de nuevos registros (Leads)	+10% nuevos registros
Reducir el tiempo promedio de respuesta al cliente durante el piloto mediante la optimización del canal WhatsApp.	Servicio	Tiempo promedio de respuesta	Reducción del 30%
Incrementar la recompra de clientes mediante seguimiento	Fidelización	Tasa de recompra	+5% de recompra

postventa durante el piloto.			

4.2 Buyer Persona objetivo

Nombre: Danna Gómez

Edad: 26 años

Ocupación: Estudiante universitaria

Ubicación: Cali

Motivaciones: Busca detalles personalizados para expresar emociones, sorprender a personas cercanas y celebrar momentos especiales de forma diferente.

Puntos de dolor:

- Falta de opciones personalizadas en regalos tradicionales.
- Procesos de compra confusos o demorados.

Comportamiento digital: Descubre marcas en Instagram, se comunica por WhatsApp para resolver dudas y realiza pedidos personalizados mediante contacto directo con la empresa.

5. Estrategia y selección de tácticas

Nombre de la estrategia: “Personalización y experiencia emocional como motor de conversión”.

Tácticas seleccionadas

- Fortalecer Instagram como canal de atracción y visibilidad mediante contenido visual de productos personalizados.
- Utilizar WhatsApp Business como canal principal de conversión y atención al cliente.
- Implementar llamados a la acción (CTA) claros que dirijan a cotización y pedido.
- Centralizar la información de pedidos para reducir errores y tiempos de respuesta.

Esta estrategia busca diferenciar a Chokoretto frente a otras chocolaterías artesanales, resaltando la personalización como principal propuesta de valor.

DANNA GÓMEZ

EDAD: 26 años
 SEXO: Mujer
 EDUCACIÓN: Universitaria
 OCUPACIÓN: Estudiante
 ESTADO CIVIL: Soltera

PERSONALIDAD

Creativo: [Barra alta] Metódico: [Barra baja]
 Sentimental: [Barra alta] Pensativo: [Barra baja]
 extrovertido: [Barra alta] Introverso: [Barra baja]

BIOGRAFÍA

Danna es una joven creativa y emocional que disfruta sorprender a las personas importantes de su vida con detalles únicos. Considera que un regalo debe transmitir sentimientos y reflejar intención, por lo que prefiere productos artesanales y personalizados. Usa principalmente redes sociales para inspirarse, descubrir emprendimientos locales y realizar compras rápidas, especialmente cuando se trata de fechas especiales o celebraciones importantes.

MOTIVACIONES

- Sorprender a su pareja, amigos y familia
- Expresar emociones a través de regalos personalizados
- Comprar productos artesanales con valor emocional
- Apoyar emprendimientos locales
- Resolver regalos de forma rápida y confiable

OBJETIVOS

- Encontrar regalos originales y diferentes
- Personalizar chocolates según la ocasión y el mensaje
- Comprar fácilmente por Instagram o WhatsApp
- Recibir el pedido a tiempo y en perfectas condiciones
- Obtener buena relación calidad-precio

GUSTOS Y AFICIONES

- Redes sociales (Instagram principalmente)
- Fotografía y contenido visual
- Celebraciones y fechas especiales
- Regalos creativos y personalizados
- Chocolate artesanal

HABILIDAD

- Uso frecuente de redes sociales
- Comunicación digital
- Capacidad para elegir regalos creativos
- Planeación de sorpresas y detalles

REDES SOCIALES

- Instagram
- WhatsApp
- TikTok

MARCAS

- Emprendimientos locales
- Chocolaterías artesanales
- Marcas con enfoque en regalos personalizados
- De Casa Chocolatería
- Chocolatería Santa Teresa

6. Herramientas del ecosistema digital

Categoría	Herramienta	Función
Redes sociales	Instagram	Visibilidad de marca y atracción de clientes
Mensajería	WhatsApp Business	Atención, cotización y gestión de pedidos
Automatización básica	Respuestas automáticas WhatsApp	Optimización del tiempo y respuesta
Gestión interna	Hojas de cálculo	Control de pedidos y clientes

7. Diseño del flujo de automatización

Flujo de pedido digital – Chokoretto

1. El cliente descubre la marca en Instagram.

2. Hace clic en un CTA que lo dirige a WhatsApp.
3. El cliente solicita información o personaliza su pedido.
4. Se envía la información del pedido para confirmación.
5. Se realiza la producción del chocolate personalizado.
6. Se coordina la entrega del producto.
7. Se envía un mensaje postventa para evaluar satisfacción.

Este flujo permite reducir errores, mejorar la experiencia del cliente y optimizar los tiempos de atención.

8. Cronograma de implementación del piloto (2 semanas)

Semana	Actividad
Semana 1	Organización de pedidos, definición de respuestas frecuentes y diseño de CTA
Semana 1	Optimización de perfil de Instagram y mensajes de WhatsApp
Semana 2	Implementación de respuestas automáticas y seguimientos de pedidos
Semana 2	Evaluación de resultados y ajustes del proceso

9. Indicadores de seguimiento y evaluación del piloto

Indicador (KPI)	Descripción	Fórmula de cálculo	Fuente de datos	Meta
Tasa de conversión	Porcentaje de pedidos concretados sobre consultas recibidas	$(\text{Pedidos realizados} / \text{Consultas totales}) \times 100$	WhatsApp / Registro de pedidos	15%
Tiempo de respuesta	Tiempo promedio de atención al cliente	Promedio de minutos por respuesta	WhatsApp Business	Reducir 30%
Automatización de respuestas	Consultas resueltas sin	(Respuestas automáticas /	WhatsApp Business	70%

	intervención humana	Consultas totales) x 100		
Cientes Nuevo	Número de clientes nuevos durante el piloto	Conteo total	Base de datos	+10%
Recompra	Cientes que realizan más de una compra	Cientes recurrentes / Clientes totales	Registro interno	+5%

Estos indicadores permiten evaluar la eficiencia del ecosistema digital y la experiencia del cliente.

10. Principales riesgos y acciones de contingencia

Riesgo identificado	Probabilidad	Impacto	Acción de contingencia
Saturación de WhatsApp	Media	Alto	Uso de respuestas automáticas y mensajes predeterminados
Errores en pedidos personalizados	Media	Alto	Confirmación escrita del pedido antes de producción
Alta carga operativa manual	Alta	Medio	Organización de pedidos en hojas de control
Dependencia de Instagram	Media	Medio	Refuerzo del uso de WhatsApp como canal alternativo

11. Implementación de la página web

La gestión de clientes en Chokoretto se realizará mediante herramientas básicas que permitan organizar la información de manera eficiente. Aunque la empresa no cuenta con un CRM especializado, se propone el uso de hojas de cálculo para registrar datos como nombre del cliente, tipo de producto, fecha de compra y preferencias.

Esta estrategia permitirá mejorar el seguimiento de clientes, facilitar la recompra y fortalecer la relación a largo plazo mediante una atención más personalizada.

12. Construcción de mapa o árbol de contenido del sitio web (propuesta)

El mapa de contenido propuesto para Chokoretto incluye:

- Inicio
- Sobre Chokoretto
- Catálogo de productos
- Personaliza tu chocolate
- Contacto (WhatsApp e Instagram)

Este árbol de contenido busca centralizar la información de la marca y facilitar la navegación del usuario.

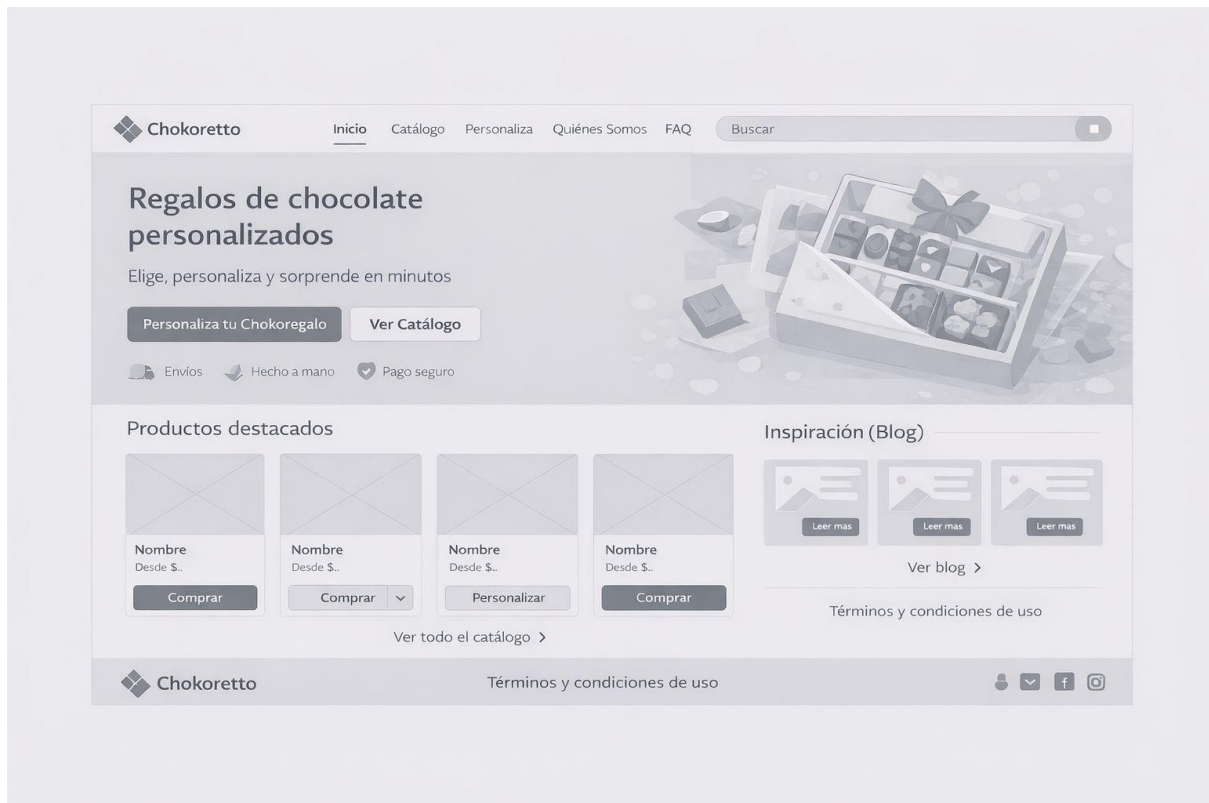
13. Construcción del wireframe de la estructura del sitio web (propuesta)

La estructura del sitio web se plantea de forma sencilla y funcional:

- Encabezado con logo y menú principal
- Sección visual de productos personalizados
- Acceso directo a personalización
- Botón visible de contacto por WhatsApp
- Sección de preguntas frecuentes
- Apartado de quiénes somos.

Este wireframe prioriza la experiencia del usuario y la conversión.

INICIO



1. Header (Navegación Superior)

En esta sección se ubica el logotipo de Chokoretto a la izquierda, compartiendo la misma línea con un menú extenso que organiza la experiencia del usuario. Contiene enlaces directos a Inicio, Catálogo, Crea tu Chokoregalo, Quiénes somos, Dudas frecuentes y Habla con nosotros, permitiendo una navegación fluida entre la tienda y el soporte al cliente.

2. Imagen demostrativa (Banner)

Es el bloque de impacto visual principal que utiliza una fotografía de alta calidad para comunicar la propuesta de valor de la marca. Su función es atraer la atención inmediata del visitante mediante botones de acción (CTA) que dividen el flujo de compra entre los productos listos para llevar y la opción de personalización.

3. Productos destacados

Se organiza mediante una grilla modular que exhibe las opciones más relevantes de la marca, como ediciones especiales, kits o regalos por ocasión. Cada tarjeta de producto incluye su imagen, nombre y precio, facilitando al usuario una selección rápida y eficiente de los artículos más populares del catálogo.

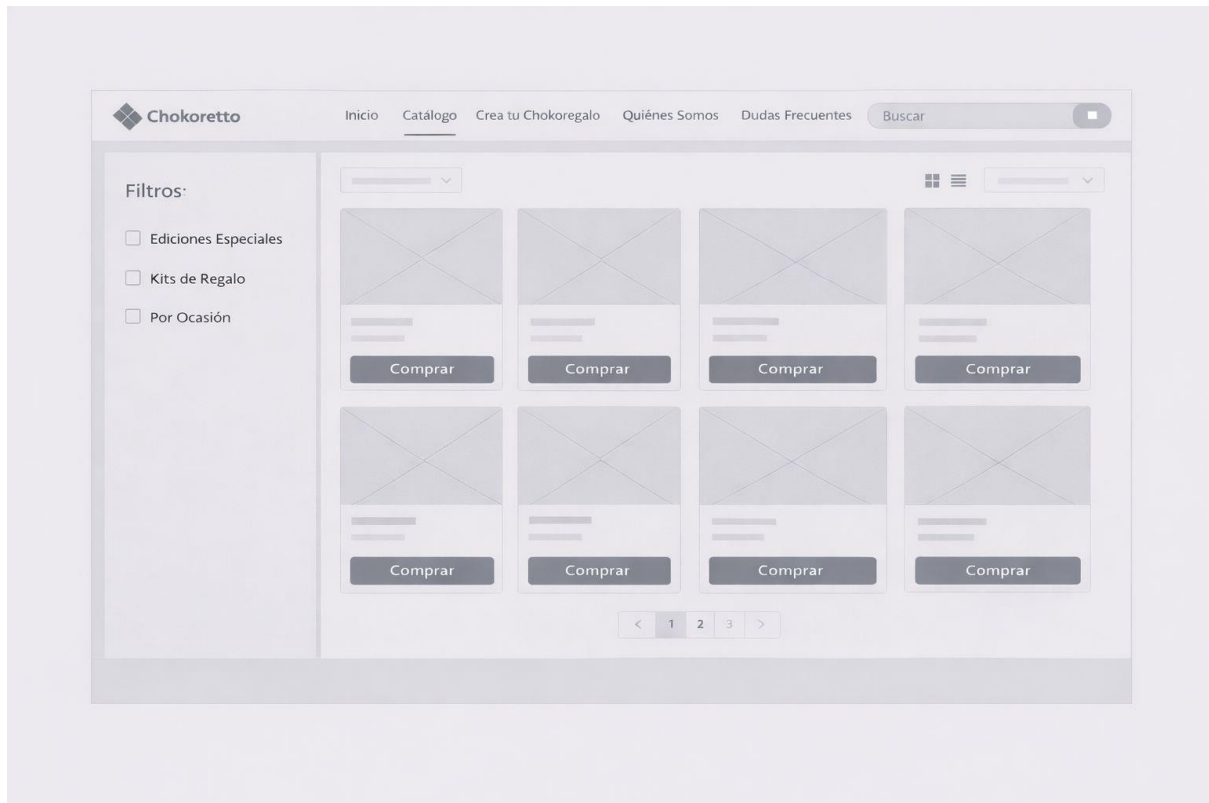
4. Acceso al blog

Este apartado presenta una selección de artículos y contenido editorial relacionado con la cultura del chocolate y guías para regalar. Su funcionalidad principal es retener al usuario a través de contenido de valor, mejorar el posicionamiento orgánico (SEO) y fortalecer el vínculo emocional con la comunidad de **Chokoretto**.

5. Términos y condiciones de uso

Ubicado en el cierre del sitio o footer, este espacio centraliza toda la información legal, políticas de privacidad y garantías de compra. Es la sección fundamental para garantizar la transparencia del negocio, brindando seguridad jurídica al cliente sobre el manejo de sus datos y las condiciones de entrega.

CATÁLOGO



1. Ediciones Especiales

En esta sección los clientes encontrarán productos exclusivos y de disponibilidad limitada que destacan por su innovación. Incluye tabletas con sabores exóticos e ingredientes poco convencionales. También se presentan colecciones con empaques artísticos diseñados por ilustradores locales y lanzamientos de temporada que solo están disponibles por tiempo limitado para garantizar la exclusividad.

2. Kits de Regalo

Esta categoría ofrece soluciones completas y profesionales para quienes buscan un regalo contundente. Los usuarios encontrarán cajas que combinan desde chocolates blancos cremosos hasta oscuros intensos.

3. Por Ocasión

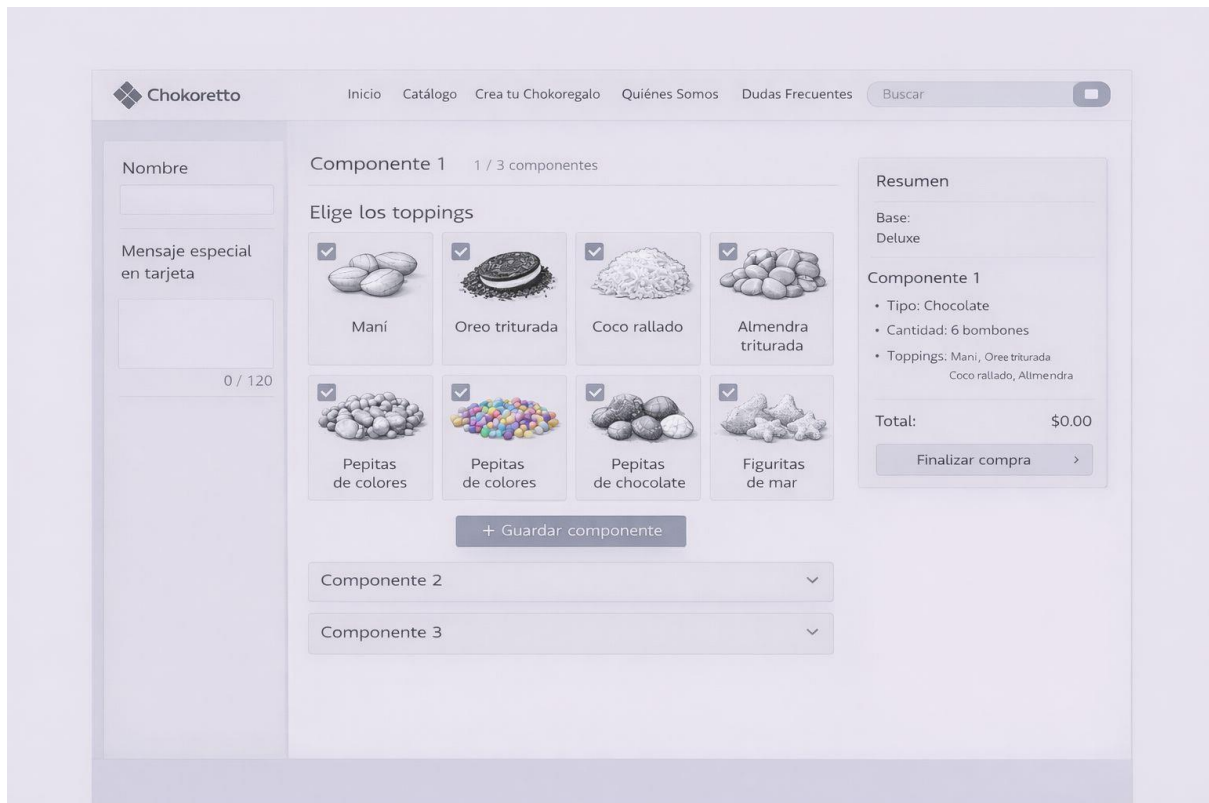
Esta sección actúa como un asesor para elegir el regalo perfecto según la festividad o el motivo de la celebración. Para San Valentín, ofrece chocolates con formas románticas y sabores dulces; para el Día del Padre, opciones robustas con notas de café o licores en empaques sobrios; y para el Día de la Madre, trufas delicadas con sabores florales. Además, incluye selecciones específicas para Cumpleaños y Aniversarios con diseños festivos o de lujo, y productos de temporada como los de Navidad con sabores de canela y jengibre.

CATALOGO PERSONALIZADO

The screenshot shows the Chokoretto website's 'Arma tu Chokoregalo' (Build your Chokoregalo) interface. The page is designed for a user named Martina. It features a navigation bar with links for Inicio, Catálogo, Crea tu Chokoregalo, Quiénes Somos, and Dudas Frecuentes, along with a search bar. The main content area is titled 'Arma tu Chokoregalo' and is divided into several sections:

- Left Sidebar:** Displays the user's name 'Martina' and a personalized message: 'Eres la persona más dulce de mi vida ¡Te quiero!'.
- Selección de Paquetes:** Offers three gift package options: 'Clásico' (1 component available), 'Premium' (2 components available), and 'Deluxe' (3 components available). Each option includes an image of the gift box and a 'Desde \$' button. A '+ Agregar componente' button is located below these options.
- Componente 1 Configuration:** Allows the user to customize the first component. The product type is set to 'Chocolate' (2/3 selected). The quantity is set to 6. Under 'Elige la forma' (Choose the shape), the 'Bombones' (Candies) option is selected, while 'Flores', 'Corazones', 'Fresas con chocolate', and 'Galletas báñadas en chocolate' are unselected. A 'Guardar componente' button is at the bottom right of this section.
- Resumen (Summary):** Shows the current configuration: 'Base: Deluxe', 'Componente 1: Tipo: Chocolate, Cantidad: 6 bombones', and a 'Total: \$0.00'. A 'Finalizar compra' button is provided.

At the bottom of the page, there is a link: '¿Tienes alguna duda? Consulta nuestras Dudas Frecuentes'.



1 Nombre

En este primer paso, el usuario podrá asignar un nombre a su creación. Puede ser el nombre de la persona que recibirá el regalo (por ejemplo: "Para Ana").

2 Mensaje especial en tarjeta

Aquí se ofrece un espacio de escritura creativa. El cliente encontrará un editor donde podrá redactar una dedicatoria personalizada. Contará con diferentes estilos de letra digitales para simular una tarjeta escrita a mano, la cual se imprimirá físicamente y se incluirá dentro del empaque.

3 Empaque (Clásico, premium, deluxe)

En esta sección se elige la presentación exterior del regalo:

- **Clásico:** Un envoltorio elegante y minimalista en papel de alta calidad.
- **Premium:** Cajas decoradas con detalles en dorado o cintas de tela, ideales para un toque más sofisticado.
- **Deluxe:** Cofres rígidos o cajas de madera grabadas, diseñadas para ser un recuerdo duradero incluso después de consumir el chocolate.

4 Formas (corazones, letras, números...)

Esta es la parte estructural del regalo. El usuario encontrará un catálogo de moldes para que el chocolate no sea una simple barra:

- **Corazones:** Para mensajes románticos.
- **Letras y Números:** Ideales para formar iniciales, nombres cortos o celebrar una edad específica.
- **Figuras Temáticas:** Como estrellas, flores o símbolos según la temporada.

5 Toppings (oreo, maní, chispas, etc.)

El toque final de sabor y textura. Se presenta una barra de ingredientes para "espolvorear" sobre el chocolate:

- **Crujientes:** Trozos de galleta Oreo, maní y almendras.
- **Dulces:** Chispas de colores y perlas de azúcar.
- **Frutales:** Fresas bañadas en chocolate.

QUIENES SOMOS



1. Historia de la marca

En esta sección, los clientes encontrarán el relato del origen de la empresa. Se detalla el camino recorrido desde la idea inicial hasta la creación de **Chokoretto**, destacando la pasión por el chocolate y el deseo de transformar un dulce tradicional en una herramienta de conexión emocional. Es el espacio donde se humaniza la marca, contando quiénes están detrás de cada producto.

2. Valores y propuesta de valor

Aquí se explican los principios fundamentales que guían cada decisión de la marca y qué la hace diferente de la competencia.

- **Valores:** Se resaltan aspectos como la calidad superior de los ingredientes, el compromiso con procesos artesanales y la integridad en la atención al cliente.
- **Propuesta de valor:** Se enfatiza que **Chokoretto** no solo vende chocolate, sino la oportunidad de crear regalos únicos y memorables a través de la personalización total (forma, empaque, toppings y mensajes).

PREGUNTAS FRECUENTES



1. Envíos

Los envíos se realizan dependiendo de la zona de Cali en la que te encuentres.

- En algunas zonas se ofrece servicio de domicilio directo.
- En otras zonas, el método de entrega puede variar y se coordinará previamente con el cliente..

2. Tiempos de entrega

Nuestras entregas se realizarán tres (3) días después de haber recibido tu solicitud.

Este plazo nos permite organizar adecuadamente los pedidos y coordinar la entrega para asegurar un servicio puntual y eficiente.

3. Medios de pago

Aceptamos pagos por transferencia a través de Nequi, Bancolombia y NU.

Una vez realizado el pago, es importante enviar el comprobante para confirmar tu pedido.

HABLA CON NOSOTROS



1. Redes sociales

En este apartado, los usuarios encontrarán enlaces directos a las comunidades digitales de **Chokoretto** (Instagram). Es el lugar ideal para que los clientes vean fotos reales de los productos, participen en dinámicas y se mantengan al día con las novedades y promociones diarias.

2. WhatsApp

Esta es la opción más rápida y personalizada. Al hacer clic, el cliente será dirigido a un chat directo donde un asesor de **Chokoretto** podrá resolver dudas en tiempo real sobre la personalización de regalos, disponibilidad de stock o asistencia durante el proceso de compra.

14. Implementación de la página web

La implementación de la página web para Chokoretto se plantea como un canal estratégico para organizar y optimizar el proceso de pedidos personalizados. Actualmente, la marca depende de Instagram y WhatsApp, lo que genera desorden operativo y alta carga manual. La página web funcionará como un punto central de información y apoyo al proceso de venta, sin reemplazar el contacto personalizado que caracteriza a la marca.

Justificación estratégica

Accesibilidad 24/7:

La página web permitirá que los clientes conozcan el portafolio de productos, tipos de personalización y precios de referencia en cualquier momento, sin depender de horarios de atención por WhatsApp.

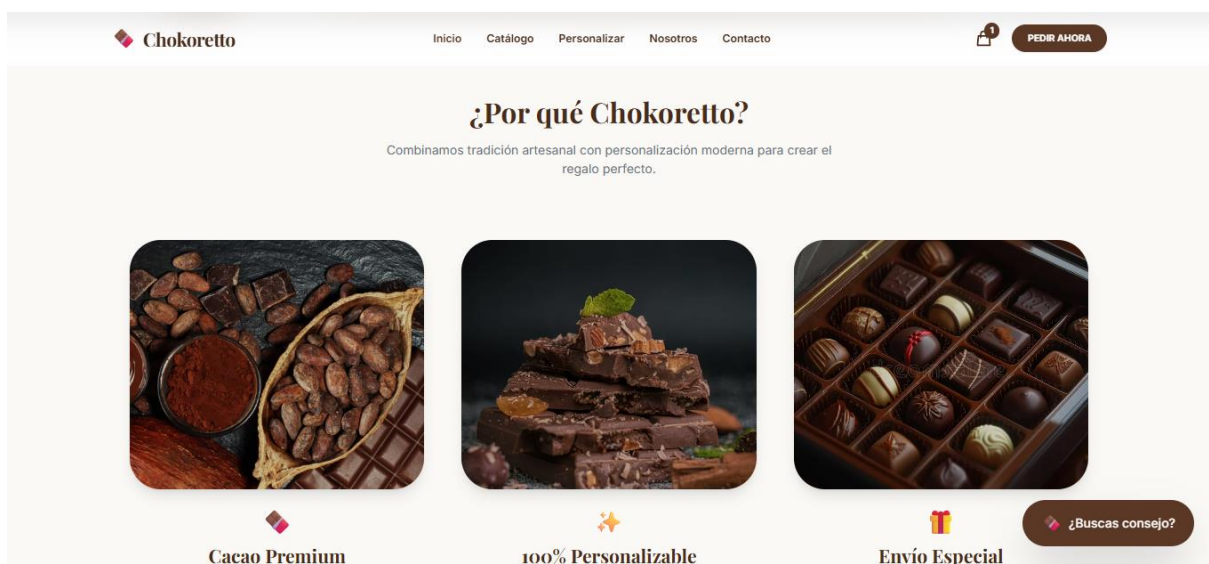
Orden en el proceso de pedidos:

Al centralizar la información de productos y opciones de personalización, se reduce el número de preguntas repetitivas y se facilita la toma de decisiones del cliente antes de escribir por WhatsApp.

Apoyo a la personalización:

La web incluirá una sección clara donde se expliquen las opciones de personalización (mensajes, diseños, empaques, sabores), alineada con la propuesta de valor de Chokoretto.

Inicio



una base suave y profunda.

más te gusten.

desde el primer segundo.

¿Listo para crear algo único?

Nuestro configurador te guiará paso a paso para diseñar tu caja ideal.

Empezar Diseño

Nuestro Catálogo

Nuestro Catálogo

Selecciones diseñadas por nuestros maestros chocolateros. Listas para regalar o como punto de partida para tu propia creación.



\$38.000

Caja "Amor Infinito"

Nuestra selección más romántica con frescas bafofadas, conosques de...

Añadir al Carrito

VER DETALLES



\$42.000

Pack "Dulce Cumpleaños"

La combinación perfecta de cubetes y lechuras para celebrat. Incluye lechuras...

Añadir al Carrito

VER DETALLES



\$28.000

Colección "Mar de Trufas"

Inspirado en el océano, con figuras marinas y toques frutales frescos.

Añadir al Carrito

VER DETALLES



\$18.000

Caja "Elegancia Oscura"

Para los amantes del cacao intenso. Una selección sabrosa con almendras...

Añadir al Carrito

VER DETALLES

Personalizar

Diseña tu Caja Perfecta

Cada variedad puede ser diferente. Cuéntanos cómo las quieres.

Datos del Regalo

PARA QUIÉN ES

Nombre del destinatario

MENSAJE DE LA TARJETA

Escribe algo dulce...

0/120

1 Selección tu combinación base

Clásico
1 Variedad

Premium
2 Variedades

Deluxe
3 Variedades

Resumen del Pedido

CAJA BASE: -

Total: \$0

Añadir al Carrito

Selecciona un paquete primero

¿QUÉ FORMA DESEAS?

Bombones

Flores

Corazones

Fresas con chocolate

Galletas bañadas

Letras y Números

Cantidad (Min: 2) - 2 +

TOPPINGS (+ \$1.500 C/U)

Maní

Oreo triturada

Coco rallado

Almendra triturada

Pepitas de colores

Chispas de chocolate

Resumen del Pedido

CAJA BASE: Premium

Bombones x2
Tops: Ninguno

Bombones x2
Tops: Ninguno

Total: \$33.000

Añadir al Carrito

Indica para quién es el regalo

¿Buscas consejo?

Quiénes Somos

Quiénes Somos

Chokoretto nace con la idea de transformar un simple chocolate en una experiencia especial.

Somos un emprendimiento dedicado a la elaboración de chocolates artesanales y personalizados, pensados para regalar emociones y crear recuerdos inolvidables. Cada uno de nuestros productos es elaborado con dedicación, cuidando cada detalle desde la selección de ingredientes hasta la presentación final.

¿Buscas consejo?

Habla con Nosotros



Link: <https://chokoretto-chocolater-a-artesanal-920030131631.us-west1.run.app/#/>

15. Implementación de analítica básica (seguimiento de datos)

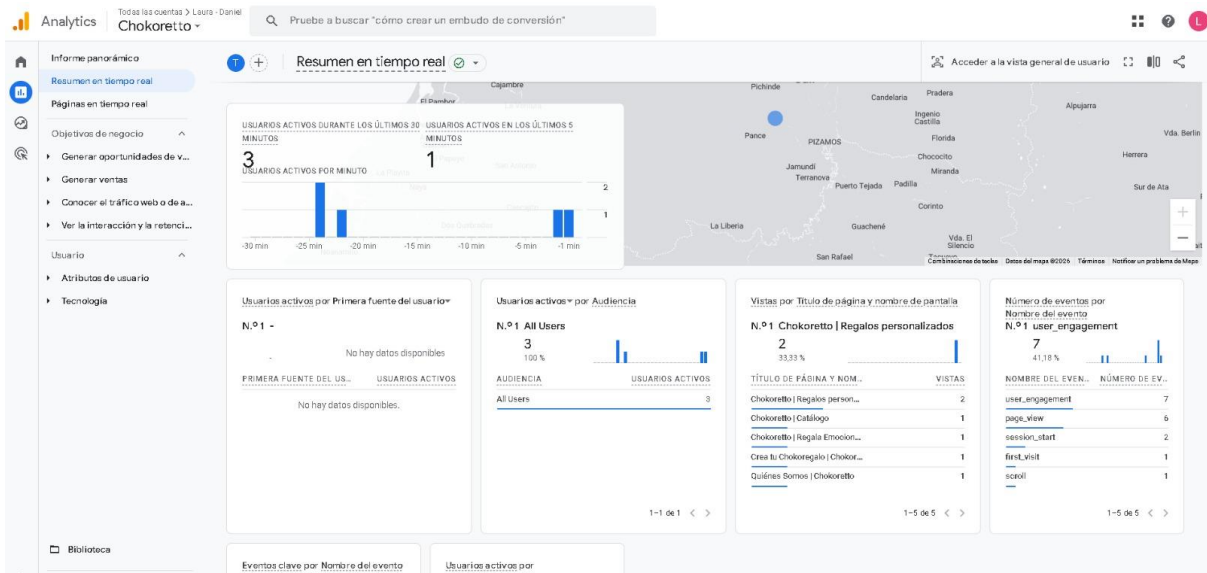
Para Chokoretto, la analítica digital se enfocará en la medición básica del desempeño de sus canales, ya que actualmente no existe un seguimiento sistemático de datos.

Datos a medir

- Cantidad de visitas a la página web.
- Clics en el botón de contacto a WhatsApp.
- Productos o secciones más consultadas.
- Cantidad de pedidos generados a partir de canales digitales.

Uso de la información

Estos datos permitirán identificar qué productos generan mayor interés, en qué momentos se incrementan las consultas y qué contenidos apoyan mejor la conversión. La información recopilada servirá como base para mejorar la toma de decisiones y optimizar la estrategia digital.



16. Implementación del canal de contacto y cierre de pedidos (WhatsApp Business)

WhatsApp Business será el canal principal de cierre de ventas para Chokoretto. Su implementación se enfocará en mejorar la eficiencia y reducir errores en la atención.

Acciones específicas

- Configuración de mensajes automáticos de bienvenida.
- Creación de respuestas rápidas para preguntas frecuentes (precios, tiempos de entrega, opciones de personalización).
- Uso del catálogo de WhatsApp Business para mostrar productos base.
- Confirmación escrita del pedido antes de iniciar la producción.

Estas acciones permitirán reducir tiempos de respuesta, mejorar la experiencia del cliente y disminuir errores en pedidos personalizados.

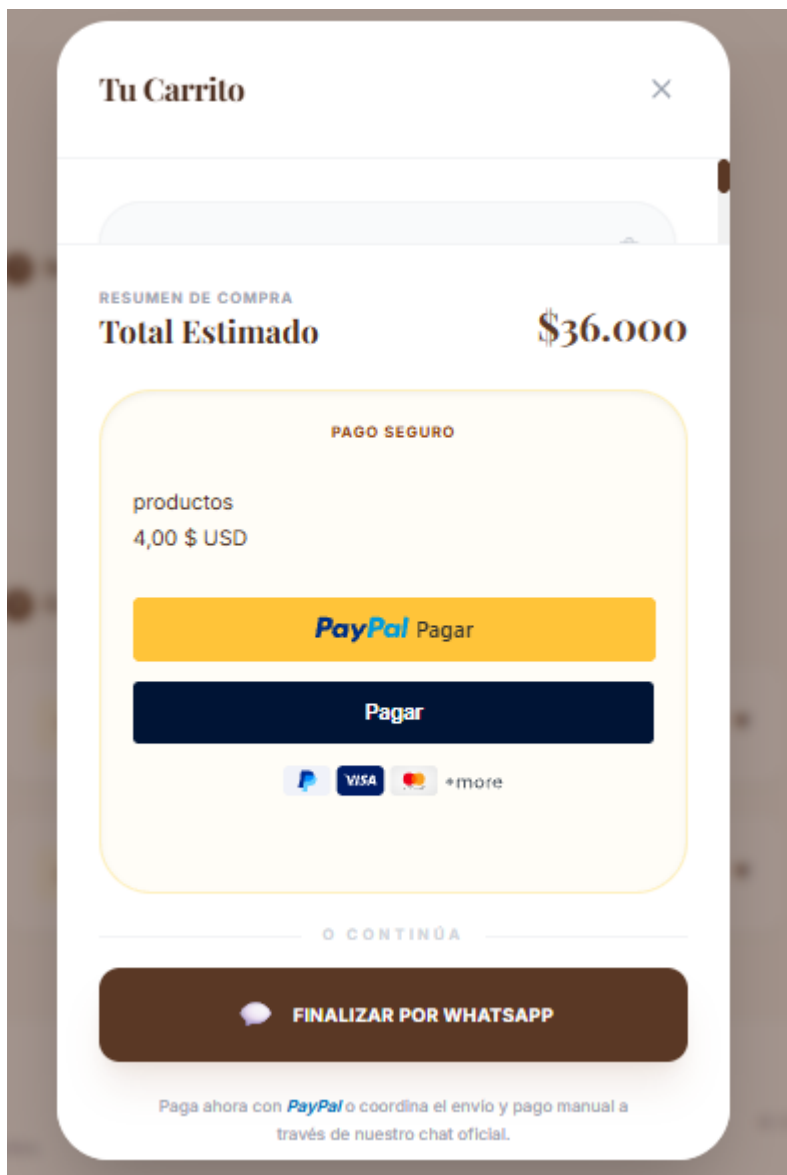
17. Implementación de método de pago PayPal

Como parte del piloto de marketing digital y con el objetivo de facilitar el cierre de ventas, se realizó la implementación del método de pago PayPal dentro del proceso de compra de Chokoretto. Esta acción respondió a la necesidad de ofrecer a los usuarios una alternativa de pago digital segura, confiable y reconocida, que complementará el canal de atención y cierre por WhatsApp.

El método de pago PayPal se integró al flujo de compra como una opción clara y visible, permitiendo al cliente revisar un resumen de compra, conocer el valor total estimado y realizar el pago de manera inmediata mediante una plataforma segura. Esta implementación contribuye a reducir fricciones en el proceso de pago y a aumentar la confianza del usuario al momento de concretar la compra.

Desde una perspectiva estratégica, la inclusión de PayPal fortalece el embudo de conversión, ya que ofrece una alternativa de pago digital alineada con los hábitos de consumo actuales, especialmente en usuarios jóvenes acostumbrados a realizar transacciones en línea. Asimismo, esta opción apoya la reducción de procesos manuales y mejora la eficiencia operativa durante el piloto.

La implementación de este método de pago no reemplaza el contacto personalizado que caracteriza a Chokoretto, sino que actúa como un canal complementario, permitiendo que el cliente elija entre el pago digital o la finalización del pedido a través de WhatsApp. De esta manera, se mantiene la esencia artesanal de la marca mientras se avanza de forma gradual en su transformación digital.



17. Campaña de lanzamiento digital

Nombre de la campaña

“Regala emociones con Chokoretto”

Objetivo de la campaña

Dar a conocer el producto de Chokoretto y atraer tráfico calificado hacia la landing page de la marca, incentivando la compra de chocolates artesanales personalizados y el contacto directo a través de WhatsApp durante el periodo del piloto.

Acción específica de la campaña

Pieza digital única con llamado a la acción (CTA)

La campaña se desarrolló mediante una única pieza digital publicada en Instagram, cuyo objetivo principal fue presentar el producto de forma visual y emocional, y dirigir al usuario hacia la página de aterrizaje (landing page) de Chokoretto, donde se centraliza la información del producto y el proceso de compra.

Descripción de la pieza

La pieza digital consistió en una imagen principal del producto (chocolate artesanal Chokoretto), resaltando su presentación, textura y carácter de regalo personalizado. El diseño visual fue limpio y llamativo, permitiendo que el producto fuera el protagonista y generando antojo e interés inmediato en el usuario.

La comunicación de la pieza incluyó los siguientes elementos:

- Mensaje principal:

“Regala emociones”

- Texto de apoyo:

“Chocolates artesanales personalizados para sorprender en momentos especiales”

- Llamado a la acción (CTA):

“Descúbrelo y cómpralo en nuestra página”

Este CTA dirige directamente a la landing page, donde el usuario puede conocer el producto y continuar el proceso de compra o contacto a través de WhatsApp.

Justificación de la campaña

La campaña “Regala emociones con Chokoretto” cumple la función de introducción de marca y producto, permitiendo que nuevos usuarios conozcan la propuesta de valor de Chokoretto de manera clara y emocional. Al dirigir el tráfico hacia una landing page enfocada en la conversión, se fortalece el ecosistema digital de la marca, se reduce la dispersión de información y se facilita el proceso de compra.

El enfoque en una sola pieza digital facilita la medición de resultados, optimiza los recursos disponibles y se adapta a las capacidades operativas actuales de la empresa, siendo coherente con los objetivos del piloto de marketing digital.

REGALA EMOCIONES

NO SOLO CHOCOLATES



Descúbrelo y cómpralo en nuestra página



Link en nuestro perfil

18. Construcción de página de aterrizaje (Landing Page) en el sitio web piloto

Como parte del piloto de marketing digital, se desarrolló una página de aterrizaje (landing page) diseñada específicamente para apoyar la campaña inicial de Chokoretto y actuar como el punto central del embudo de conversión digital. Esta landing page fue concebida con un enfoque claro en el producto, destacando de manera visual los chocolates artesanales personalizados y la propuesta de valor basada en la experiencia emocional del regalo.

La página permitió centralizar el tráfico proveniente de Instagram, dirigiendo a los usuarios hacia una acción concreta de compra o contacto, principalmente a través de WhatsApp Business y el acceso al sitio web institucional de la marca. De esta manera, se redujo la dispersión de información y se facilitó la toma de decisiones del usuario, optimizando el proceso de conversión durante el piloto.

El diseño de la landing page priorizó la simplicidad, la carga rápida y la claridad del mensaje, incorporando llamados a la acción (CTA) visibles y estratégicamente ubicados, orientados a la compra y cotización del producto. Asimismo, se utilizó una estructura visual limpia, adaptable a dispositivos móviles, alineada con los objetivos del piloto académico y con las capacidades operativas actuales de la empresa.

19. Verificación de la experiencia de usuario como embudo de conversión

Durante el desarrollo del piloto, se realizó una verificación de la experiencia de usuario (UX) de la página de aterrizaje, evaluando su desempeño como embudo de conversión desde el primer contacto del usuario hasta la intención de compra o contacto directo con la marca.

Para esta verificación se analizaron aspectos clave como:

- Claridad del mensaje principal y propuesta de valor.
- Facilidad de navegación dentro de la página.
- Visibilidad y comprensión de los llamados a la acción (CTA).
- Fluidez del recorrido del usuario desde la landing page hacia el contacto por WhatsApp o la página web institucional.

El análisis permitió confirmar que la experiencia del usuario era intuitiva, coherente y alineada con los objetivos del plan de marketing digital, facilitando que los visitantes comprendieran rápidamente el producto y los pasos necesarios para realizar la compra. Los ajustes realizados se enfocaron principalmente en mejorar la jerarquía visual y reforzar los CTA, garantizando una experiencia clara, funcional y orientada a la conversión, acorde con la estrategia digital propuesta para Chokoretto.

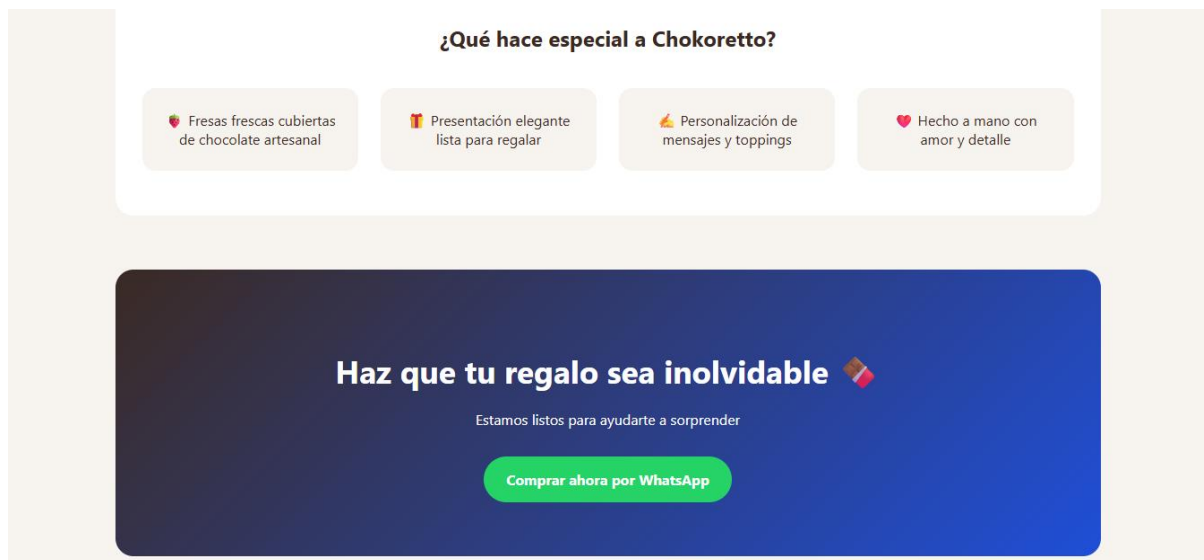
Chocolates artesanales que se convierten en recuerdos

Fresas cubiertas de chocolate, personalizadas y listas para regalar momentos inolvidables.

[Comprar por WhatsApp](#)

[Visitar página web](#)





Link: <https://choko2.netlify.app/>

20. Conclusión

El plan de marketing digital propuesto para Chokoretto permitió estructurar y fortalecer su ecosistema digital, manteniendo el enfoque artesanal, cercano y personalizado que caracteriza a la marca. A partir del diagnóstico realizado, se evidenció la necesidad de reducir la dependencia exclusiva de Instagram como canal de venta, organizar los procesos manuales de atención y pedidos, y comenzar a incorporar herramientas digitales que faciliten la toma de decisiones basada en datos.

La implementación de una página web básica y una landing page enfocada en la conversión permitió centralizar la información del producto, mejorar la experiencia del usuario y optimizar el recorrido del cliente desde el primer contacto hasta la intención de compra. Asimismo, el uso estratégico de WhatsApp Business, apoyado por respuestas automáticas, mensajes predeterminados y seguimiento postventa, contribuyó a reducir tiempos de respuesta, minimizar errores y fortalecer la relación con los clientes.

De igual manera, la incorporación de métodos de pago digitales como PayPal representó un avance significativo en la modernización del proceso de compra, brindando mayor confianza y comodidad al usuario, sin perder el contacto personalizado que distingue a la marca. La medición de indicadores clave de desempeño (KPIs) durante el piloto permitió evaluar la efectividad de las acciones implementadas y sentar las bases para una gestión más organizada y orientada a resultados.

En conclusión, este plan sienta las bases para una transformación digital gradual, realista y sostenible, alineada con las capacidades operativas actuales de Chokoretto. La estrategia propuesta no solo mejora la eficiencia operativa y la experiencia del cliente, sino que también abre oportunidades de crecimiento ordenado, permitiendo que la marca evolucione digitalmente sin perder su esencia artesanal y emocional.

- ### 21. Referencias
- <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=Cj0KCQiA-NHLBhDSARIsAlhe9X2b9cGYGTLI4nIGu2zKLAAoMBcrawiyfy5DOfbfvp-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>