

PLAN DE E-COMMERCE

“Pescados y mariscos XXX”

INTRODUCCION:

XXXX vive en A Coruña, donde su familia tiene una pescadería desde hace más de 50 años. Desde su pescadería vende a muchos restaurantes y marisquerías de la zona, así como a multitud de clientes particulares. Desde que José se hizo cargo de la pescadería ha logrado varios acuerdos con restaurantes de diferentes puntos de España para proveerles de marisco. Esto le ha animado a ampliar su negocio y lanzarse a la venta por Internet.

ESTRATEGIA SEM:

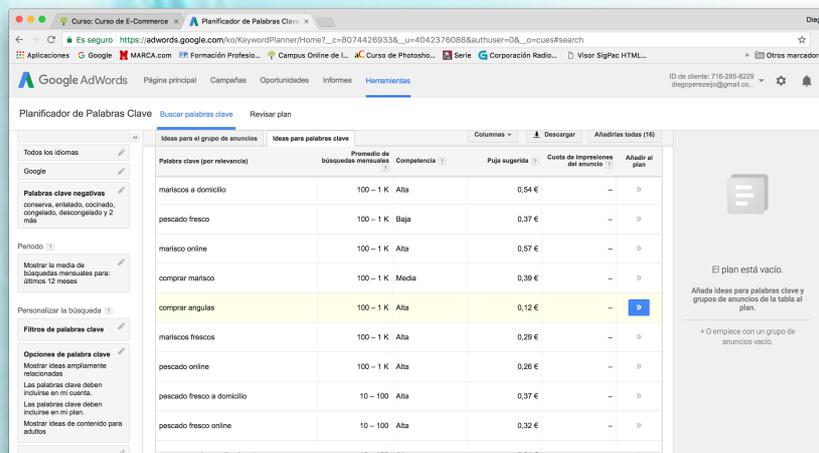
Se realiza un estudio en Adwords. Se procede a un proceso de criba para una selección de 17 palabras clave de las que resultan:

Mariscos a domicilio, pescado fresco, marisco online, comprar marisco, mariscos frescos, pescado online, pescado fresco a domicilio, pescado fresco online, marisco fresco online, comprar marisco por internet, comprar marisco barato, comprar percebes, comprar marisco on line, comprar marisco online barato, marisco comprar, productos gallegos a domicilio, comprar angulas, comprar pescado Madrid.

A continuación, se afina el criterio de búsqueda mediante la selección de las siguientes “keywords” negativas(5), que se desvían de nuestros intereses comerciales y servicios:

Conserva, enlatado, congelado, descongelado, cocinado.

Se adjuntan capturas de pantalla de las búsquedas realizadas:



Palabra clave (por relevancia)	Promedio de búsquedas mensuales	Competencia	Puja sugerida	Cuenta de Impresiones del anuncio	Añadir al plan
mariscos a domicilio	100 - 1 K	Alta	0,54 €	-	➔
pescado fresco	100 - 1 K	Baja	0,37 €	-	➔
marisco online	100 - 1 K	Alta	0,57 €	-	➔
comprar marisco	100 - 1 K	Media	0,39 €	-	➔
comprar angulas	100 - 1 K	Alta	0,12 €	-	➔
mariscos frescos	100 - 1 K	Alta	0,29 €	-	➔
pescado online	100 - 1 K	Alta	0,26 €	-	➔
pescado fresco a domicilio	10 - 100	Alta	0,37 €	-	➔
pescado fresco online	10 - 100	Alta	0,32 €	-	➔

ESTIMACIÓN DE BENEFICIO PARA LA ESTRATEGIA SEM:

Según datos aportados, Mariscos XXX para su e-commerce se realizan unos cálculos conservadores basados en un pedido mínimo de 180€ con un margen de beneficio del 40% y un ratio de conversión del 1%.

Dado que las pujas sugeridas para las palabras clave antes seleccionadas tienen un suelo de 0,12€ y un techo de 0,57€ y siendo la mediana 0,37€, se opta por una puja de 0,40€ para el CPC. Con estos valores se procede a estimar el beneficio según la siguiente tabla:

Inversión Google mensual:	000€
CPC medio:	0,00€
Visitas estimadas:	0000
% conversión:	0%
Pedidos estimados mes:	00(000)
Ingresos estimados mes:	0000€
Beneficio bruto estimado:	000€
Beneficio neto estimado:	000€

ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES:

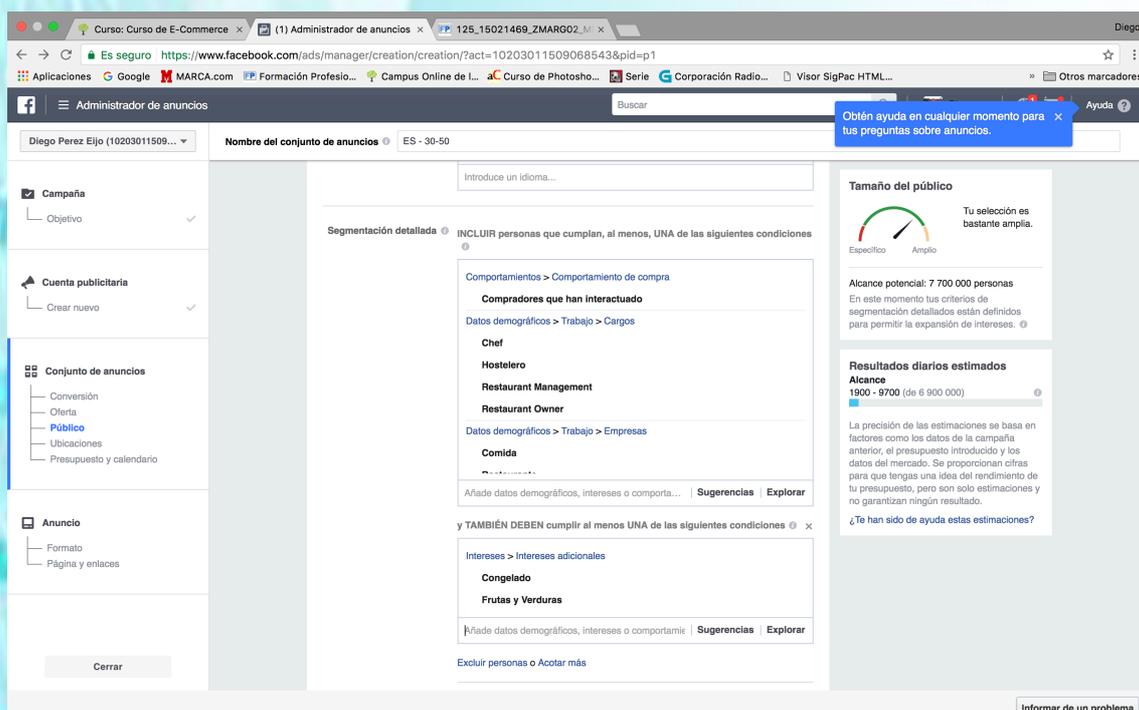
Para la estrategia en Social media se selecciona la plataforma de Facebook, aprovechando la fuerza de la clientela existente siendo la más usada, ajustando el perfil del cliente tipo, las facilidades para la introducción de la tienda en la red. Facebook tiene costes menores a las otras plataformas y mayores posibilidades de segmentación para nuestra estrategia publicitaria. Aunque, no se descarta una expansión posterior con campañas en otras plataformas.

La campaña será a nivel nacional, dado el alcance que se ha fijado para el desarrollo de la actividad.

La campaña se centrará en un público objetivo formado tanto por hombres como mujeres, de clase social media-alta, de entre 30-60 años. Segmentando por intereses para crear mayor impacto en interesados en gourmet, productos frescos (pescado y marisco), gourmet, relacionados laboralmente con la restauración u hostelería, con hábitos de compra online e interacciones recientes.

Se excluyen interesados en frutas y verduras y congelados.

Se adjunta captura de segmentación en Facebook:



The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface for creating an advertisement. The main focus is on the 'Segmentación detallada' (Detailed Targeting) section, which allows for precise audience selection based on behaviors and interests.

Segmentación detallada INCLUIR personas que cumplan, al menos, UNA de las siguientes condiciones

- Comportamientos > Comportamiento de compra
 - Compradores que han interactuado
 - Datos demográficos > Trabajo > Cargos
 - Chef
 - Hostelero
 - Restaurant Management
 - Restaurant Owner
 - Datos demográficos > Trabajo > Empresas
 - Comida

Añade datos demográficos, intereses o comportam... | Sugerencias | Explorar

y TAMBIÉN DEBEN cumplir al menos UNA de las siguientes condiciones

- Intereses > Intereses adicionales
 - Congelado
 - Frutas y Verduras

Añade datos demográficos, intereses o comportamie... | Sugerencias | Explorar

Excluir personas o Acoltar más

Tamaño del público
Tu selección es bastante amplia.
Alcance potencial: 7 700 000 personas
En este momento tus criterios de segmentación detallados están definidos para permitir la expansión de intereses.

Resultados diarios estimados
Alcance: 1900 - 8700 (de 6 900 000)

La precisión de las estimaciones se basa en factores como los datos de la campaña anterior, el presupuesto introducido y los datos del mercado. Se proporcionan cifras para que tengas una idea del rendimiento de tu presupuesto, pero son solo estimaciones y no garantizan ningún resultado.

¿Te han sido de ayuda estas estimaciones?

