

Resumen

El posicionamiento y visibilidad de una empresa o un negocio es un factor muy importante para un cliente en la decisión de compra de un producto o un servicio. Por ello, se debe establecer un plan de marketing digital que ayude a cumplir varios objetivos al negocio además de ser rentable. Para el presente estudio se revisaron tendencias gastronómicas que ayudaron a conocer el comportamiento del consumidor, de tal manera que se pudieron establecer estrategias para la feria gastronómica Hueca Fest. Además, es importante señalar que fue necesario conocer al público objetivo mediante el uso de la herramienta de la encuesta, ya que ellos pudieron ofrecer información acerca de sus gustos y preferencias culinarias y de experiencia en ferias gastronómicas, para poder implementar un cronopost y así brindar información adecuada a los clientes actuales y potenciales. Todas las acciones a realizar tienen un objetivo y para el presente estudio se investigó como brindar una experiencia positiva al cliente y posicionar a la Hueca Fest en su mente, mediante la aplicación de un plan de marketing digital. Entre los principales resultados se obtuvo que las personas que más interés demuestran en asistir a este tipo de eventos tienen entre 33 y 52 años, son de un estatus económico alto, además que la red social preferida para recibir información es Instagram y la comida típica es su preferida así que esperan encontrarla en este tipo eventos.

Palabras clave: marketing digital, comportamiento, festivales, estrategias, servicio.

Abstract

The positioning and visibility of a company or business is a very important factor for a customer in the decision to purchase a product or service. Therefore, a digital marketing plan should be established to help meet several business objectives in addition to being profitable. For the present study, gastronomic trends that helped to know consumer behavior were reviewed, so that strategies could be established for the Hueca Fest gastronomic fair. In addition, it is important to note that it was necessary to know the target audience through the use of the survey tool, since they could provide information about their tastes and culinary preferences and experience in food fairs in order to implement a chronopost and thus provide adequate information to current and potential customers. All actions to be taken have an objective and for this study we investigated how to provide a positive customer experience and position Hueca Fest in their minds, through the implementation of a digital marketing plan. Among the main results it was obtained that the people who show more interest in attending this type of events are between 33 and 52 years old, they are of a high economic status, also the preferred social network to receive information is Instagram and the typical food is their favorite so they expect to find it in this type of events.

Keywords: marketing digital, consumer, festivals, strategies, service.