

EMPRESA X **Ex** DEL ECUADOR

"Plan estratégico de marketing digital para impulsar el posicionamiento de la línea de productos ginecológicos de la Empresa X"

Integrantes:

- Cabrera Valencia Hennry Oliverio
- Colcha Loachamin Karen Nicol
- Mejia Campaña Jefferson Alexander
- Peñafiel Avilés Emilio Adrián



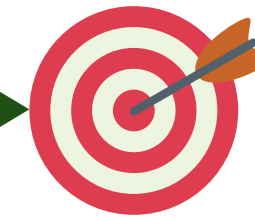
INTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN

EX

MISION



Desarrollar y comercializar productos y servicios de calidad para la salud y el bienestar de sus consumidores, apoyando al gremio médico y farmacéutico.



VISION

Ser reconocidos internacionalmente como comercializadores de productos y servicios de alta calidad para la salud.



PROBLEMÁTICA

la Empresa X no destaca como marca corporativa



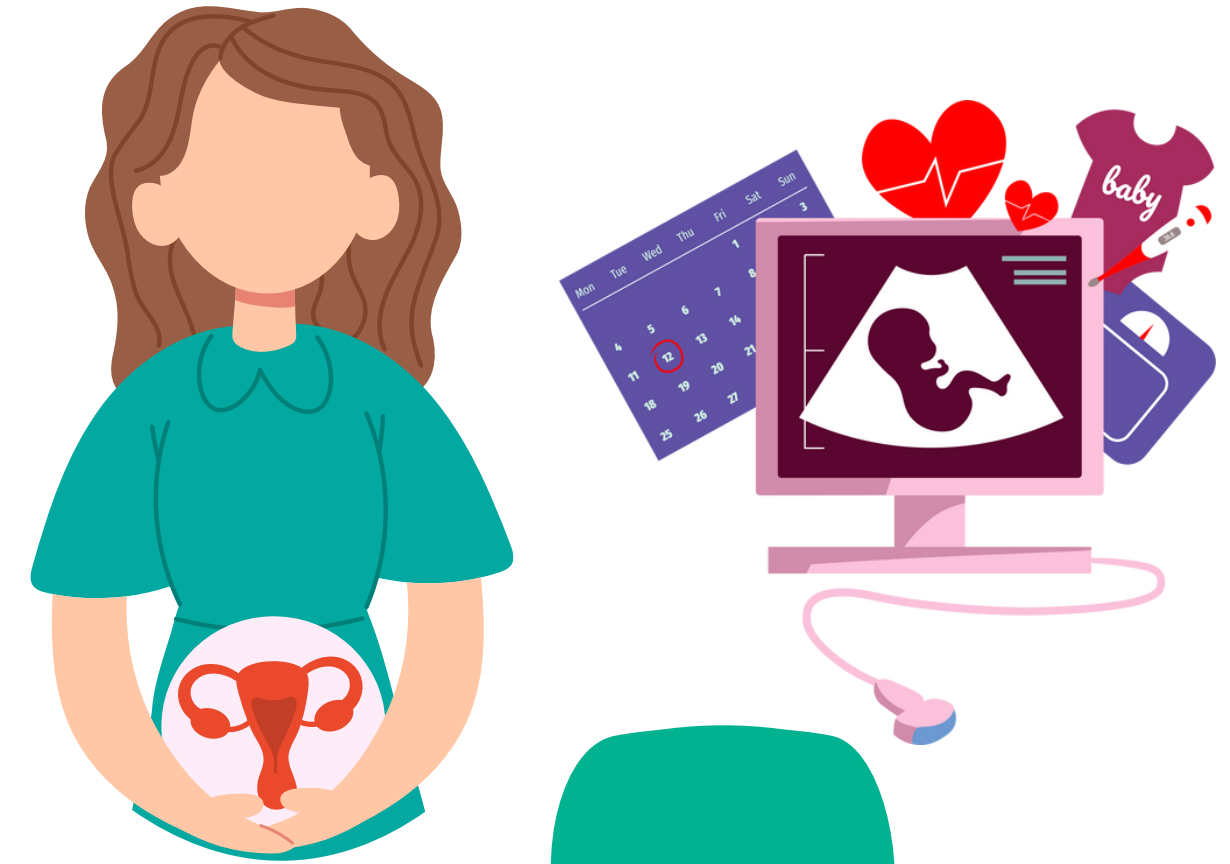
DC EFBNOL+ LH

- Consumidores conocen los productos pero no quien los comercializa
- Los médicos prescriben por medio de recomendaciones



LÍNEA GINECOLÓGICA

- Las marcas de las línea ginecológica son:



D_C N_C S_C N_L H_F D_F E_V G_N J_F P_M

OBJETIVOS

GENERAL

Diseñar un plan estratégico de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la marca corporativa de Empresa X, mediante estrategias digitales dirigidas a la línea ginecológica.

ESPECÍFICOS

- Fortalecer el nombre corporativo
- Identificar el alcance que tiene la línea ginecología
- Analizar el posicionamiento actual que posee la Empresa X
- Diseñar estrategias que puedan ayudar a posicionar la línea ginecología



FODA

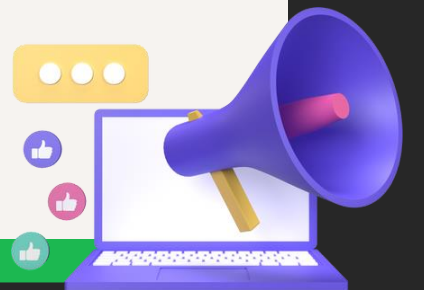
FORTALEZAS

- Amplias bases de datos en diferentes sistemas
- Talento humano competente
- Productos de gran posicionamiento
- Constante capacitación y entrega de incentivos a los empleados
- Equipo de visita médica importante
- Amplia trayectoria en el mercado andino



OPORTUNIDADES

- Los clientes objetivo gustan de recibir información por algunos medios digitales.
- Constante crecimiento del mercado de la línea ginecológica
- Captación de estudiantes egresados de medicina.
- Innovación en herramientas digitales.
- Desarrollo y fidelización de clientes



DEBILIDADES

- Falta de un enfoque en estrategias digitales
- Presupuesto bajo para campañas digitales
- Falta de comunicación entre áreas
- Bajo reconocimiento como marca corporativa



AMENAZAS

- ?jrm lgtcj bc Amkncrclag_
- Jcw bc _nmwm cl jmq kcbga_kclrmq eclγpgamq,
- ?n_pgagol bc lsctmq npmbsarmq eglcamjœegamq,
- Nmjkrga_q cqrpgar_q glrcpl_q bc jmq
bgqrrpg`sgbmpcq,
- Ajgclrcq k_j gldmpk_bmq pcqncarm _j sqm w
`clc'agmq bc npmbsarmq



F

O

EX

D

A

CÁLCULO DE MUESTRA

- En el Ecuador existen un total de 2076 médicos de la especialidad de ginecología.

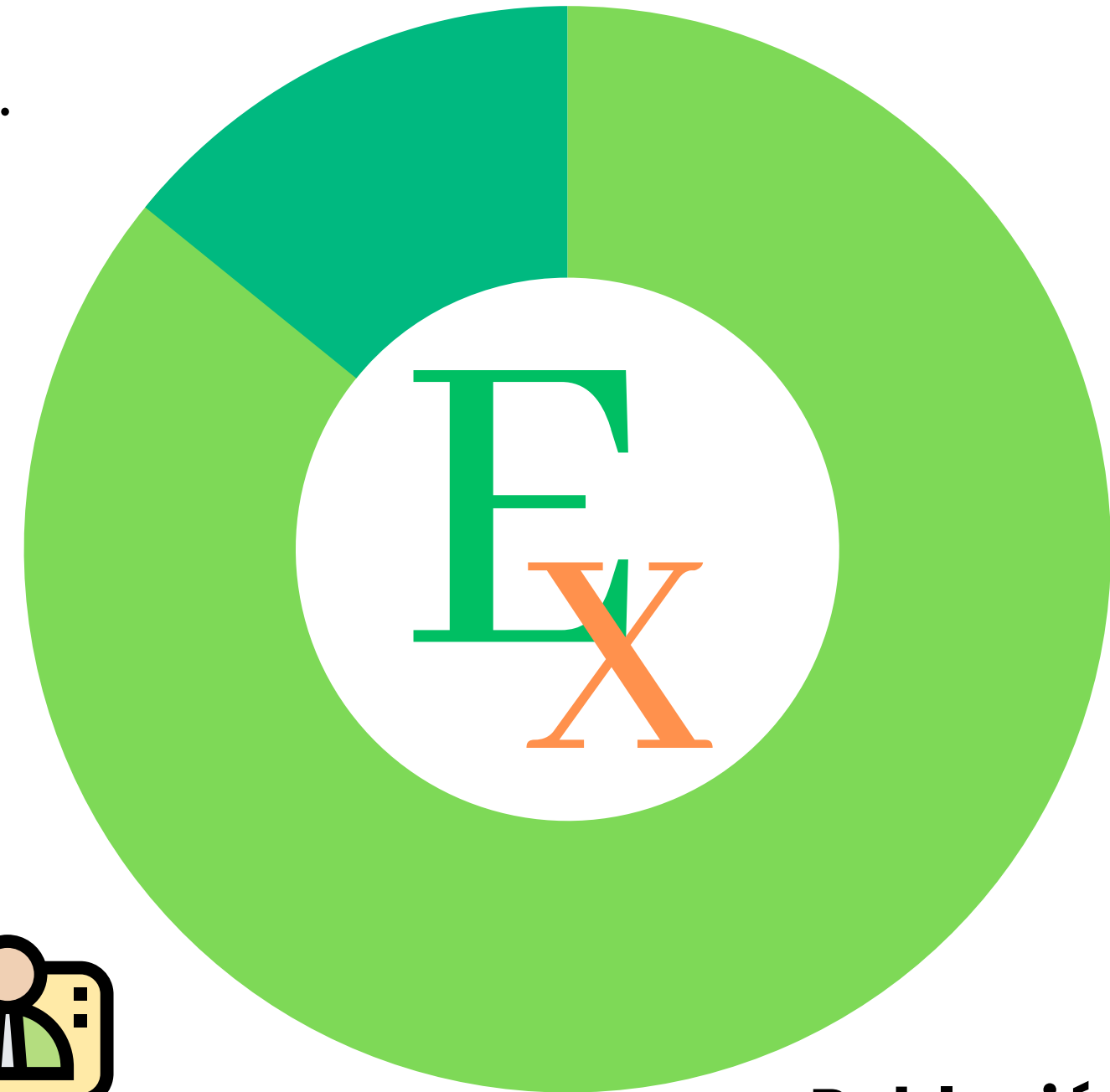
Z (Nivel de confianza)=251.96
N (Tamaño de la población)=2076
p (Probabilidad de éxito)=50%
q (Probabilidad de fracaso) =50%
d (error)=5%

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{d^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$



Muestra

294



Población restante

1782

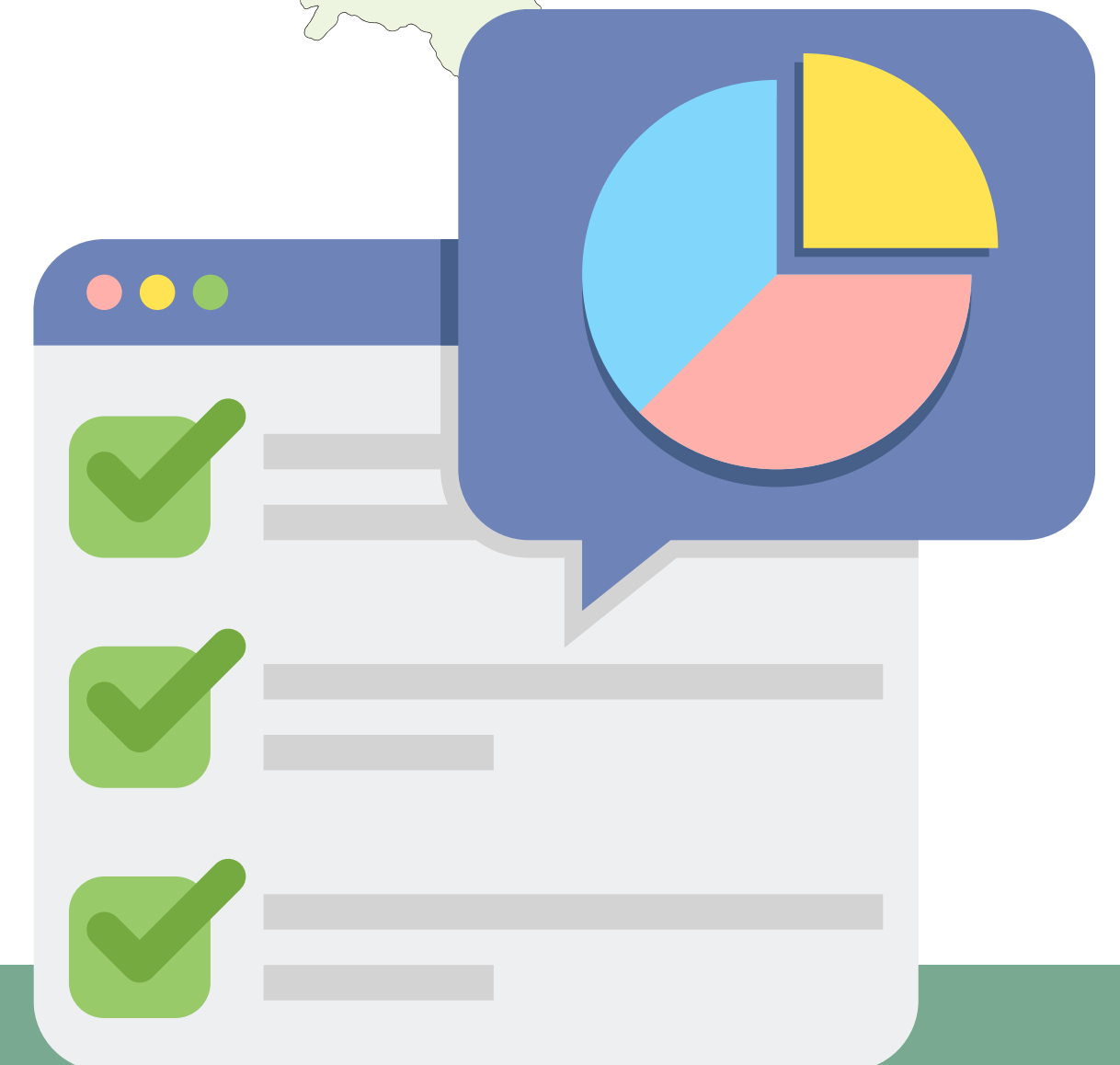
RESULTADOS PRINCIPALES



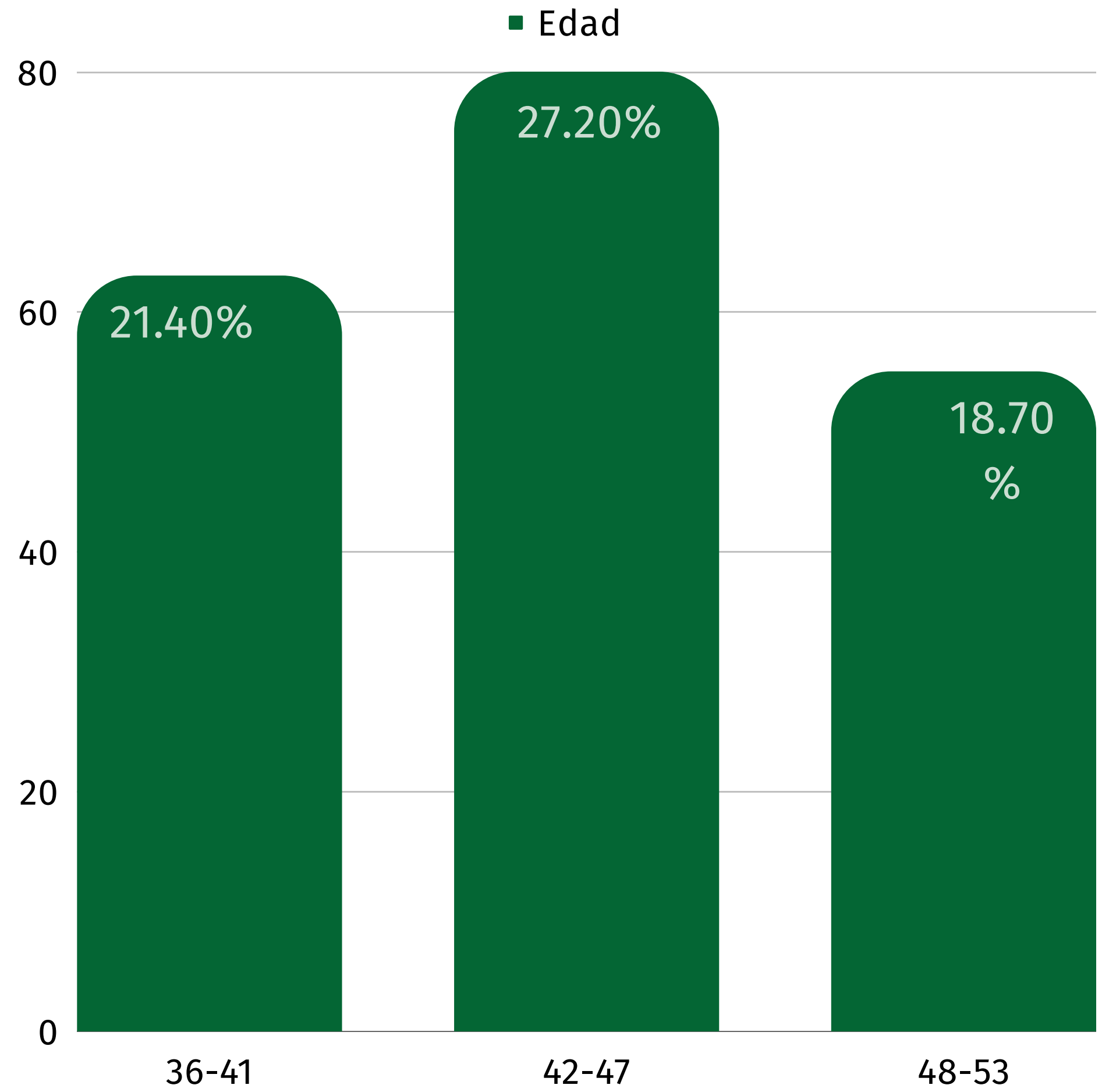
ANÁLISIS DE FIABILIDAD

Este análisis nos permitirá determinar el grado de fiabilidad que tienen los elementos del cuestionario entre sí, obteniendo un índice que mientras más cercano sea a 1.00 será más confiable.

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
.835	.839	19



EDAD



RECONOCIMIENTO DE LA marca corporativa



No conozco la Empresa
X del Ecuador ni su
línea ginecológica

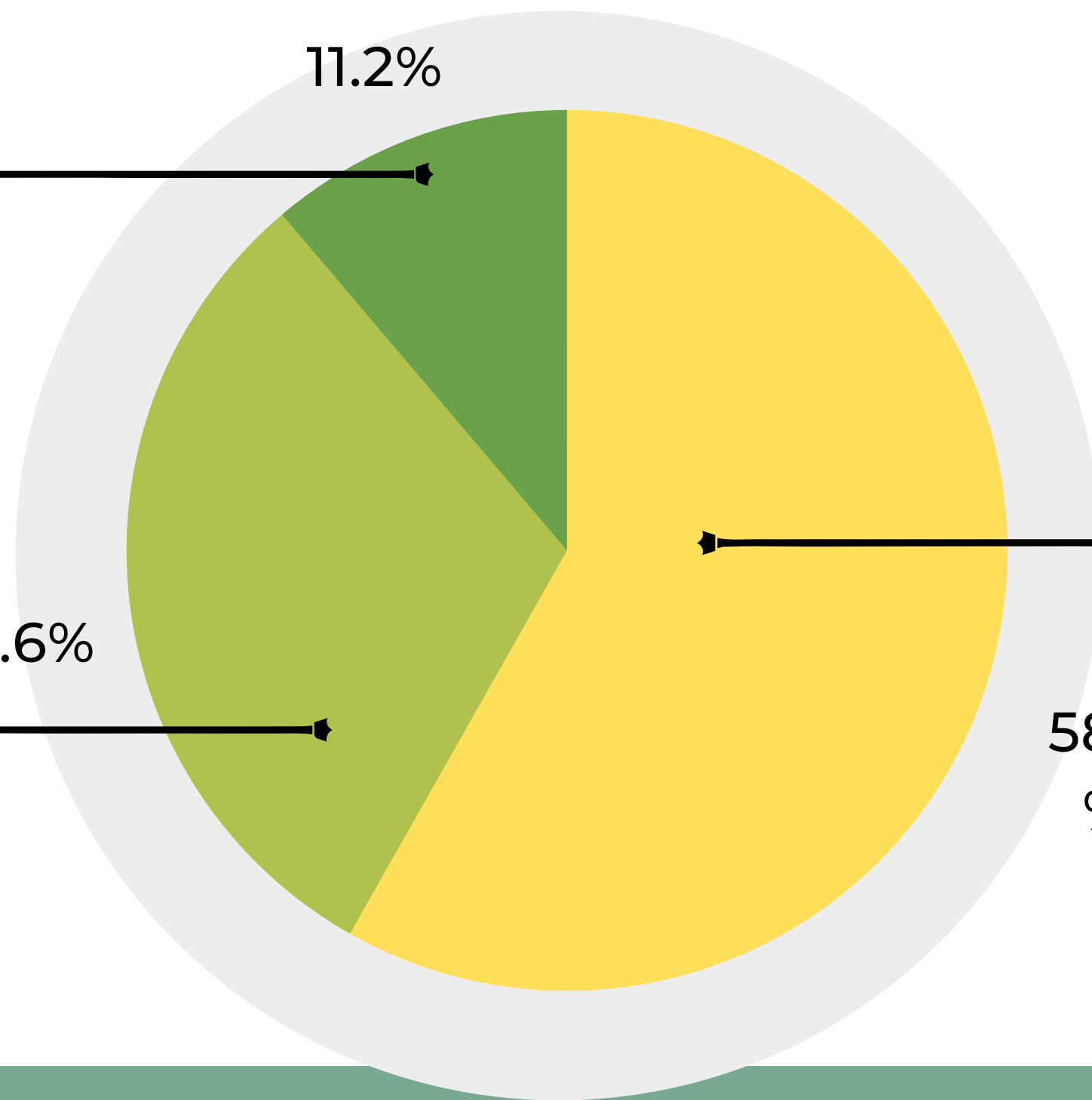
11.2%

Conozco la Empresa X
pero no su línea
ginecológica

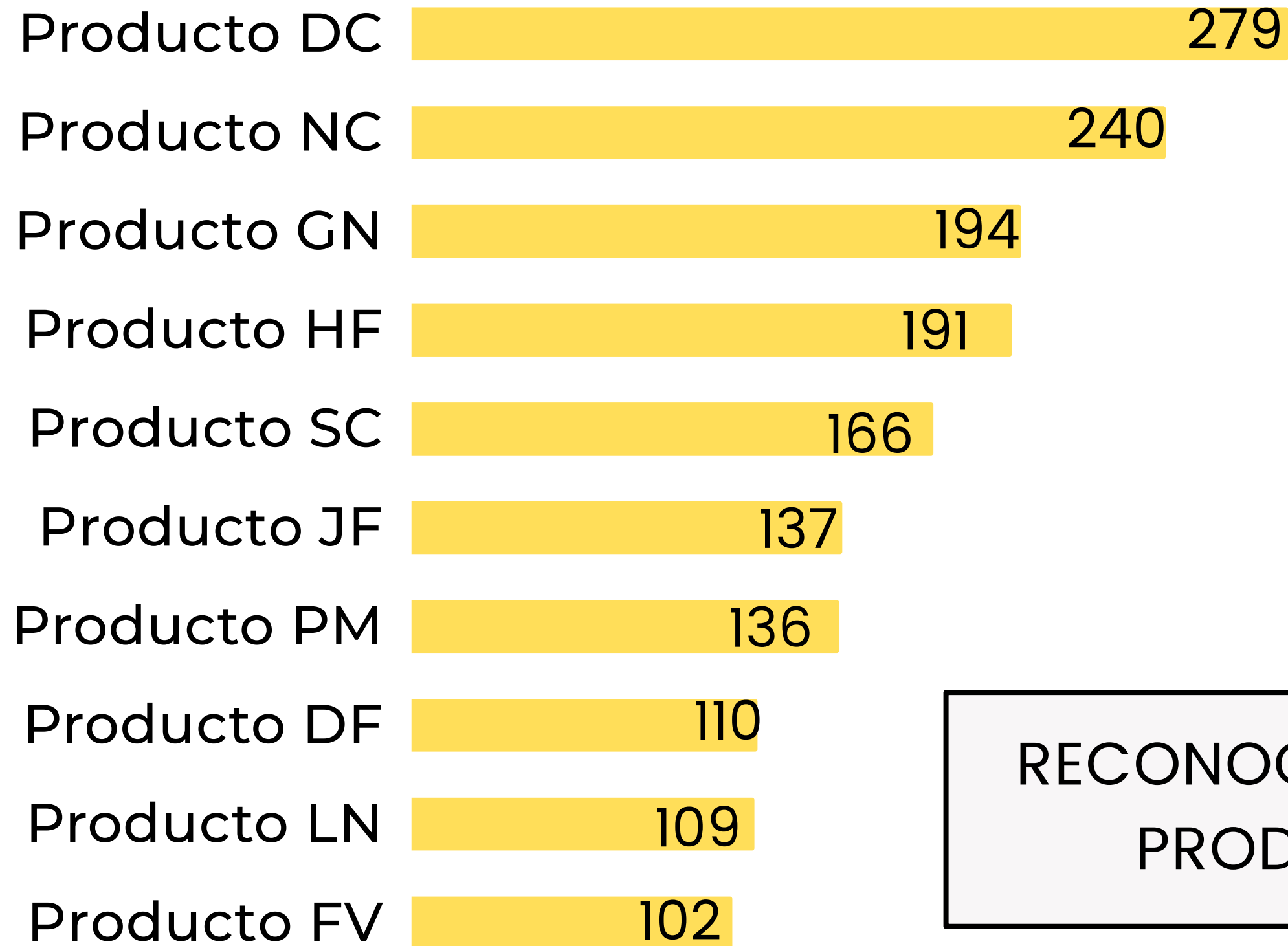
30.6%

58.2
%

Conozco la
Empresa X y su
línea
ginecológica



RECONOCIMIENTO DE LOS PRODUCTOS



NC

DC

GN

HF

SC

JF

RECONOCEN 6 DE 10 PRODUCTOS



MAYOR PREFERENCIA

MENOR PREFERENCIA

CALIDAD

BR
3.91

EX
3.76

CALIDAD

PR
2.47

SF
2.72

#PATOLOGÍAS

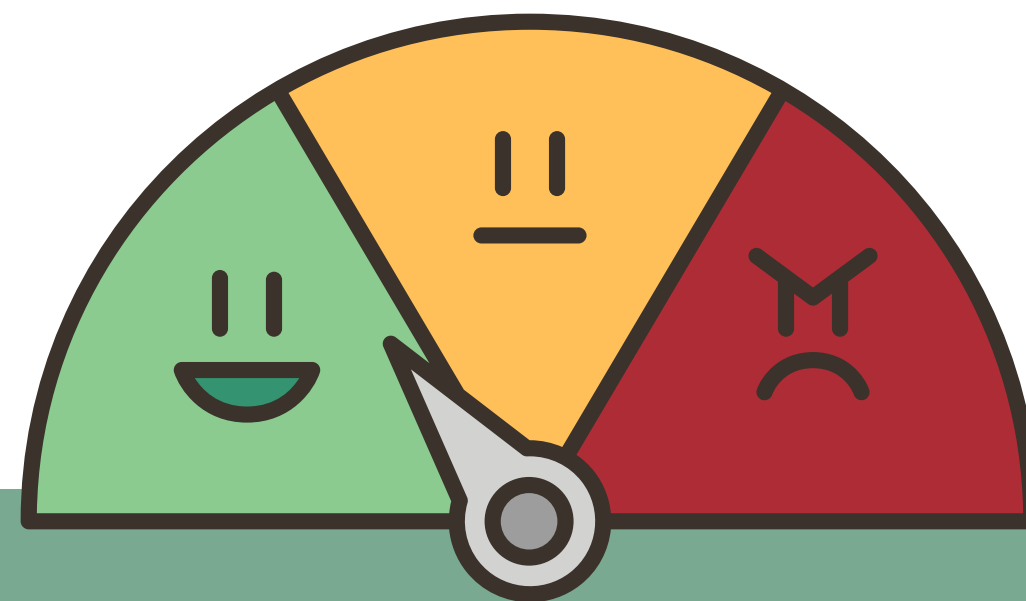
BR
3.89

EX
3.71

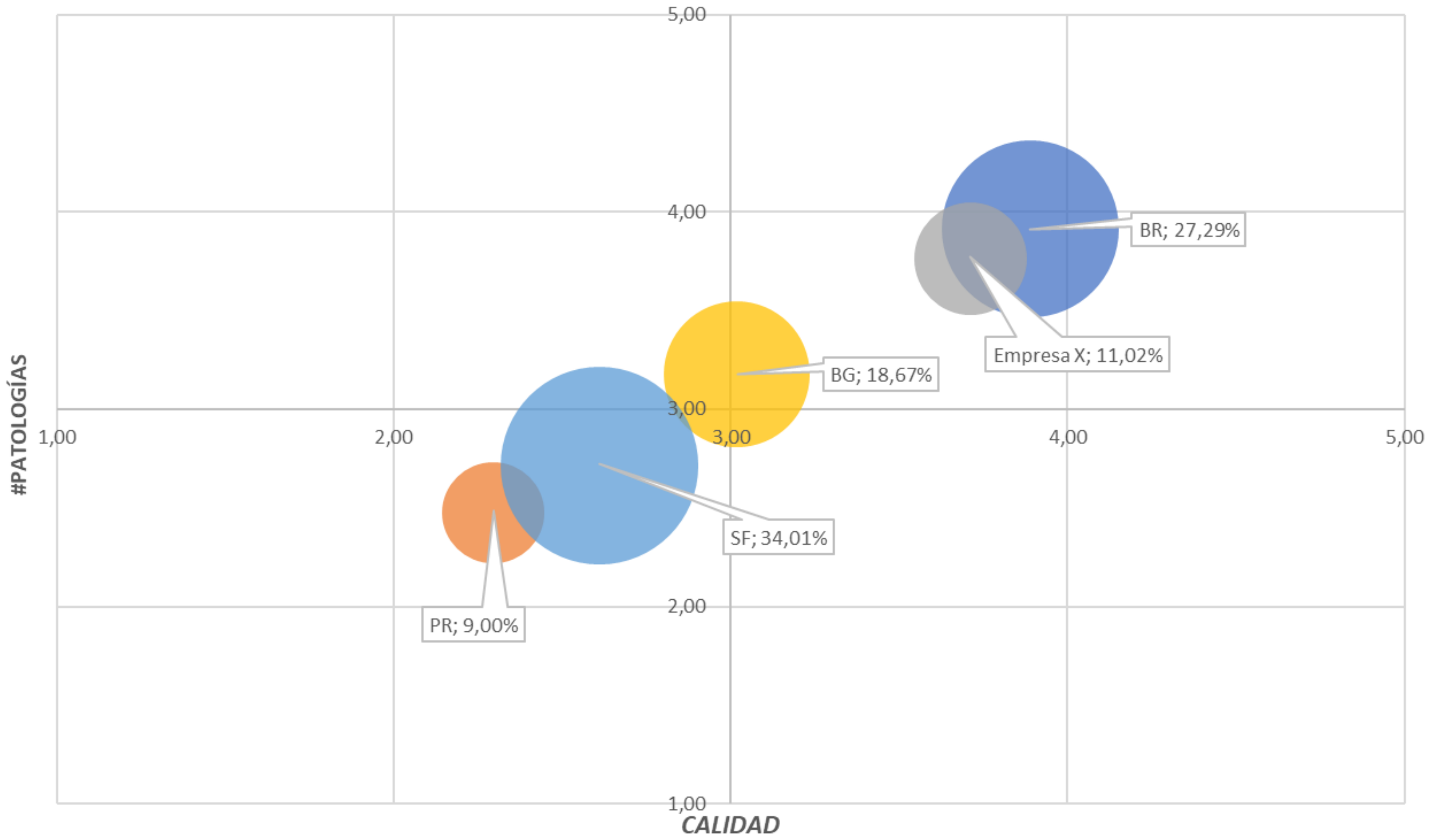
#PATOLOGÍAS

PR
2.29

SF
2.61



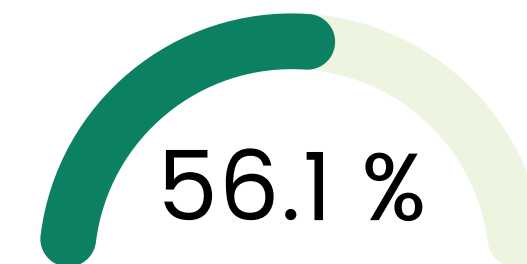
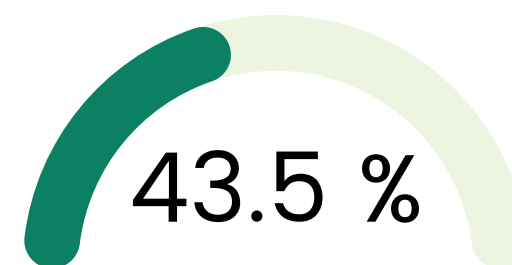
Mapa de posicionamiento



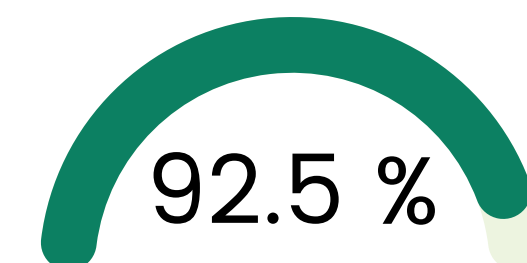
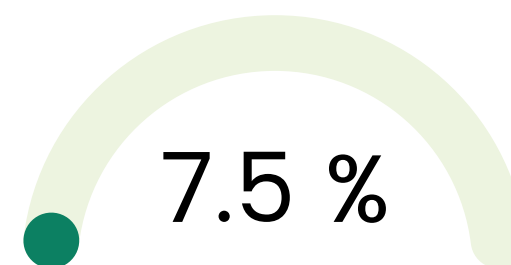
REDES SOCIALES



¿Visita o sigue las redes sociales de laboratorios farmacéuticos?



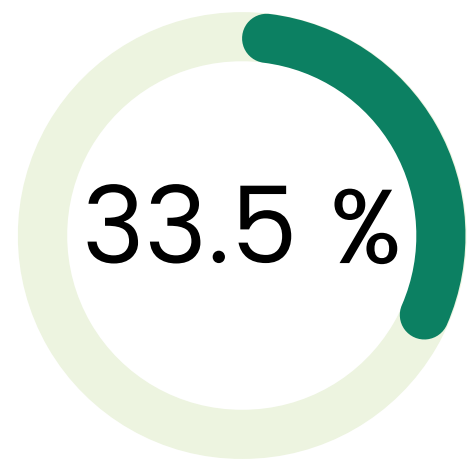
¿Conoce usted las redes sociales que posee la Empresa X?



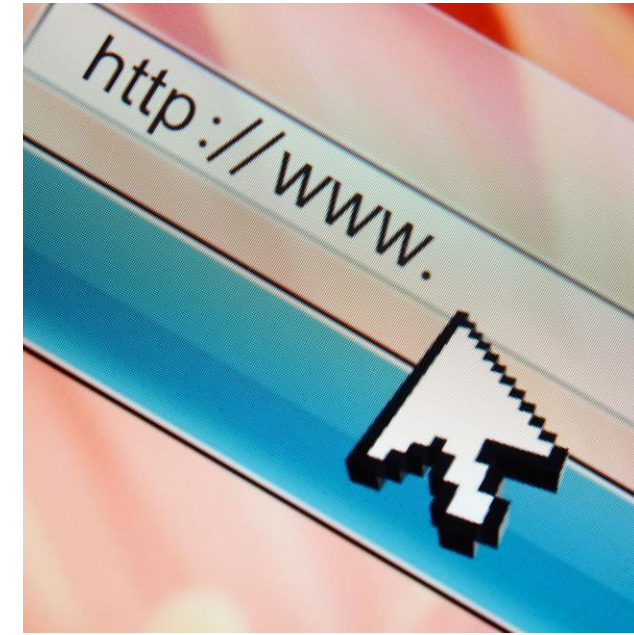
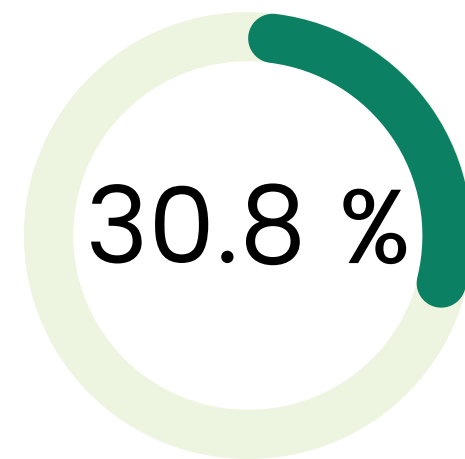
MEDIOS DE COMUNICACIÓN



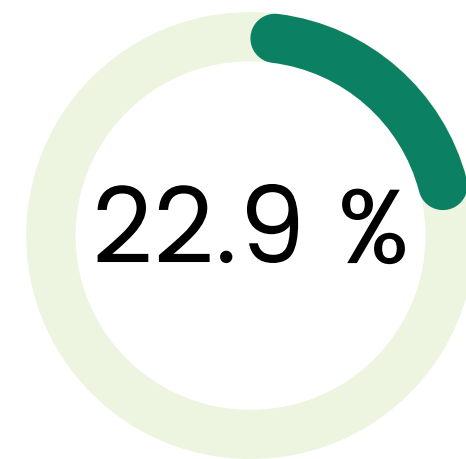
Congresos



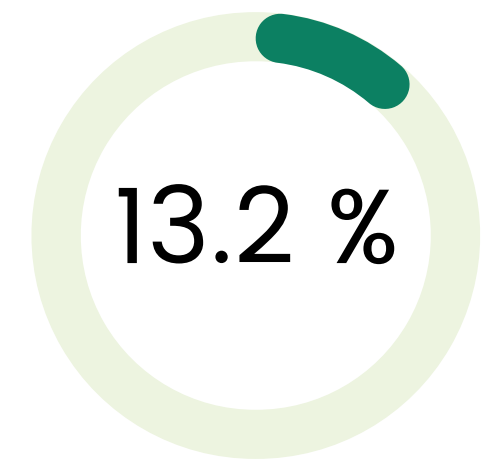
Seminario



Artículos
en la web



Webinar



MEDIOS DE PREFERENCIA



VISITADOR MEDICO



CORREO



WHATSAPP



MEDIOS DE PREFERENCIA



REDES SOCIALES

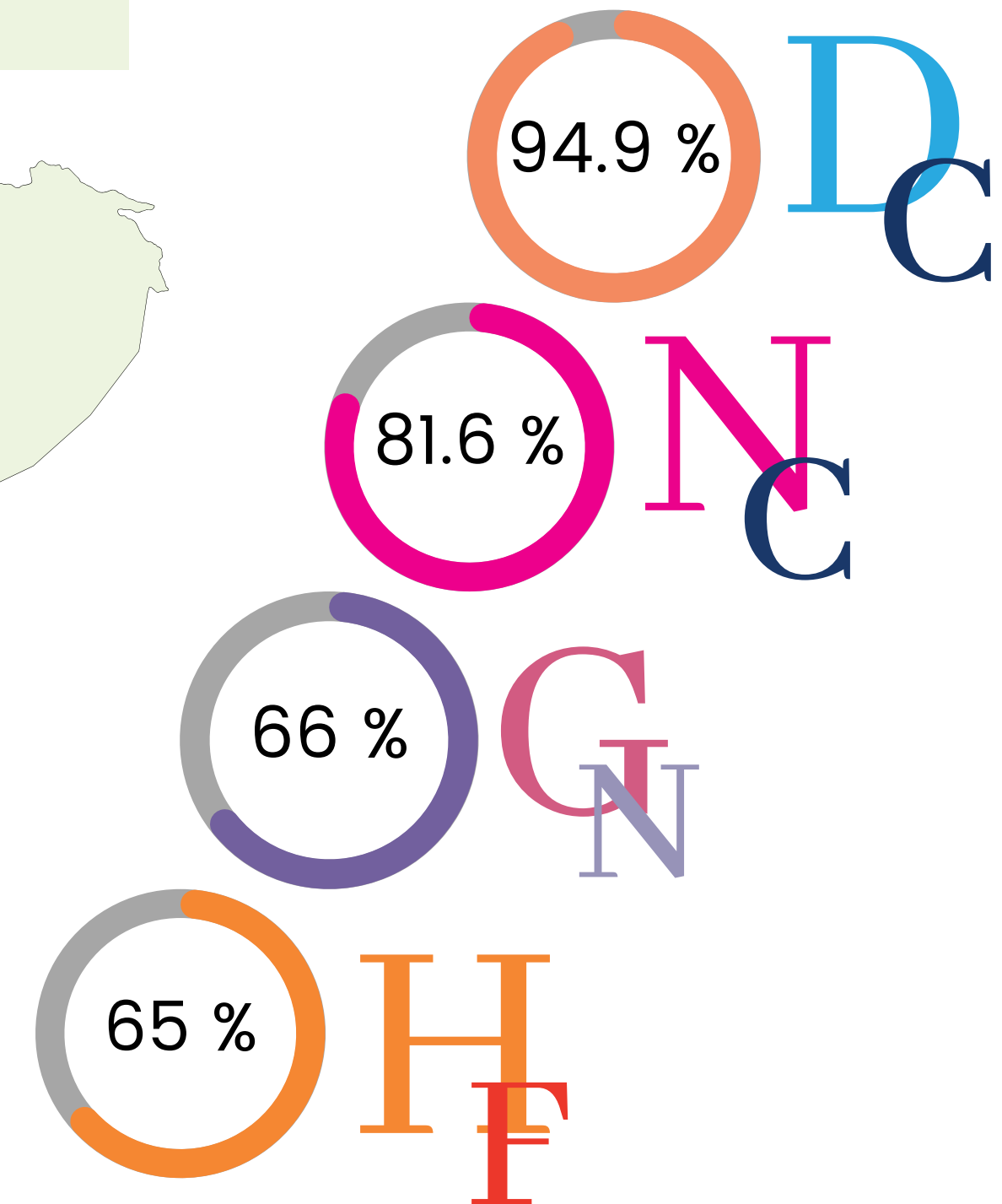


LINKEDIN



DISCUSIÓN RESULTADOS

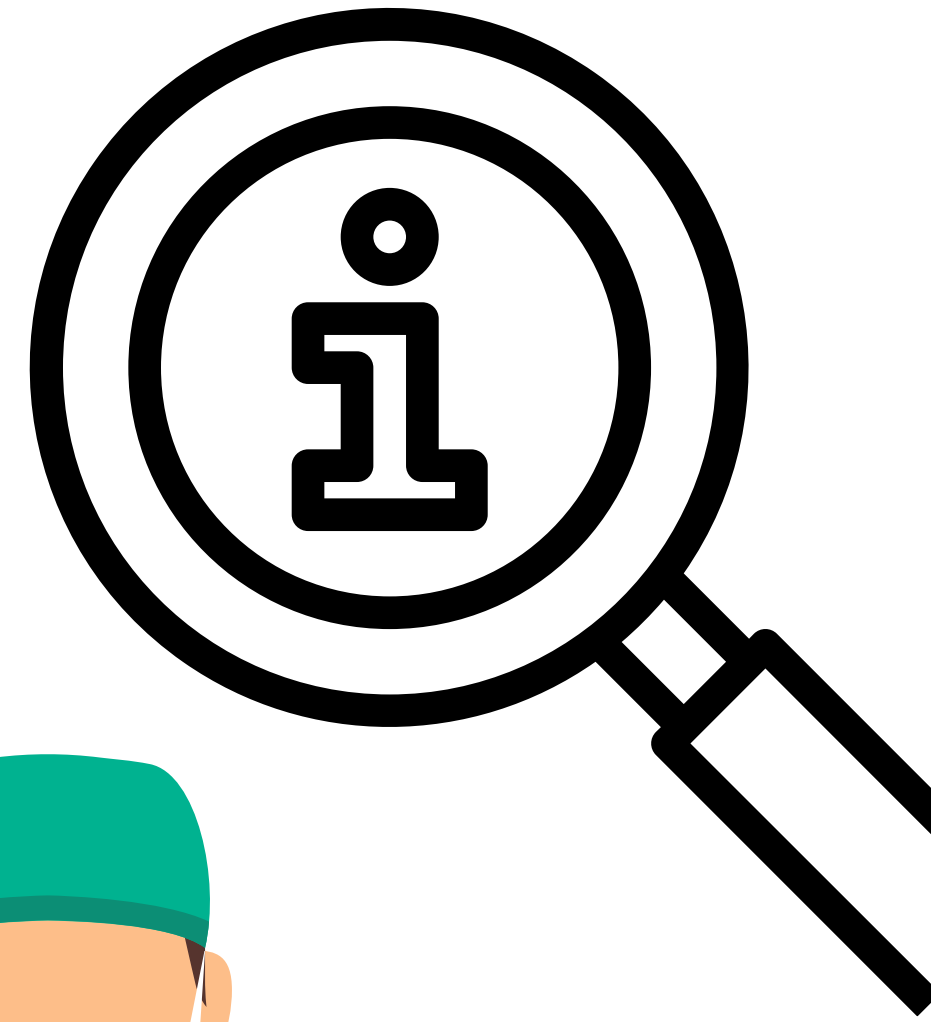
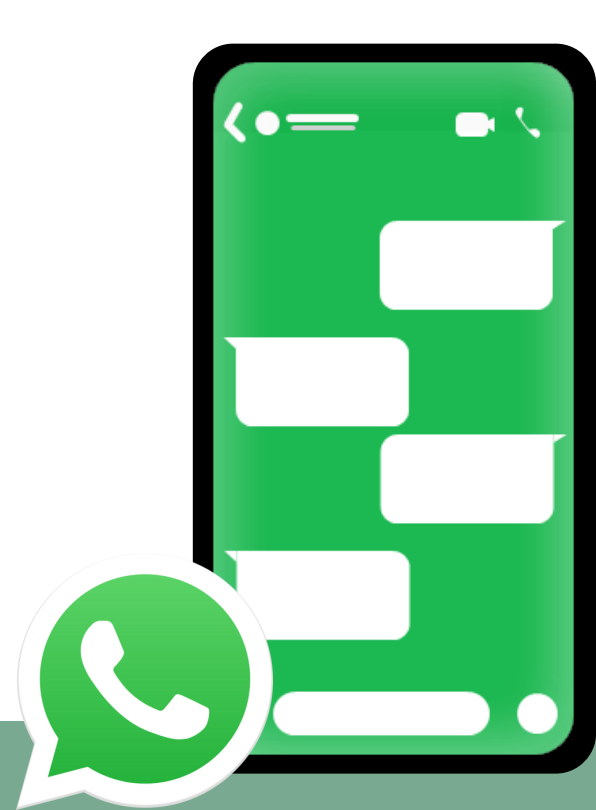
- 58.20% conozco la Empresa X y su línea ginecológica.
- 30.60% de los ginecólogos manifiesta que conoce a la Empresa X, pero no a su línea ginecológica.
- 11.20% respondió, que no conozco la Empresa X ni su línea ginecológica.



DISCUSIÓN RESULTADOS

Preferencia fuente de información:

- 41.38% Visitadores médicos
- 23.65% Correo electrónico
- 20.69% WhatsApp



PROPUESTAS

WHATSAPP MARKETING (WAPIFY)

Problema

Actualmente la Empresa X no tiene un enfoque muy agresivo en el ámbito digital, por lo que frente a la competencia resulta difícil alcanzar los logros digitales de estos.

Solución

Con un software de WhatsApp Marketing para llegar a médicos ginecólogos que usan esta red social frecuentemente. Programar día y hora para enviar mensajes predeterminados.



Características de la herramienta

WAPIFY

- Se pueden enviar mensajes permitiendo adjuntar documentos e imágenes a los mensajes personalizados.
- Respuestas automáticas, en la plataforma se permite el registró de **respuestas rápidas**, que se necesiten para ofrecer un servicio más eficiente a los contactos.
- Permite obtener **reportes y estadísticas detalladas**, para tener una visión del alcance y así poder potenciar de mejor manera las campañas.



Desarrollo

- Mensajes de cumpleaños y fechas especiales



Desarrollo

- Instructivos de productos



¿Sabias qué?

GN te brinda los importantes nutrientes que necesita tu bebé durante el embarazo. Todo en una sola cápsula.

Nuestra prioridad es cuidar a tu bebé.

The 'GN' logo, featuring the letters 'G' and 'N' in a stylized font, with 'G' in white and 'N' in white, set against a gold rounded square background.

A circular icon containing the text 'DHA'.

A gold rectangular label with the text 'DHA'.



A gold rectangular label with the text 'Suplemento multivitaminico'.

Illustration of two small bottles of vitamins B, C, and D, one white and one orange.

A gold rectangular label with the text 'Vitaminas B, C y D'.

Desarrollo

- Lanzamientos de nuevos productos:
 - Línea ginecóloga OTX



DC

EX

EL ÚNICO CITRATO DE CALCIO

- Mejor Absorción
- Tecnología Patentada Ultradense
- El suplemento perfecto para tus huesos

f @DCEcuador

i @dccuador

Desarrollo

- Lanzamientos de nuevos productos:
 - Línea ginecóloga RX



SABÍAS QUÉ?

La función más importante del (Nombre del producto) es la prevención de la anemia ferropénica y los problemas que esta causa.

Durante el embarazo, aumenta la cantidad de sangre en el cuerpo de la mujer, lo cual significa que necesita más hierro para ella y el bebé en crecimiento.



VISITA NUESTRAS REDES



www.empresaxlatinamerica.com



[@empresaxlatinamerica4562](https://www.linkedin.com/company/empresaxlatinamerica4562)



[@empresaxlatinamerica](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Desarrollo

- Invitaciones a seminarios y congresos





ENDOMETRIOSIS Y SU IMPACTO EN LA FERTILIDAD

La endometriosis a veces se confunde con otras afecciones que pueden causar dolor pélvico, como la enfermedad inflamatoria pélvica (EIP) o los quistes ováricos.



MARTES 30 DE FEBRERO
18H00 PM



**ESCAÑA
AQUI** 



Dr. Wagner Moreno
Ginecólogo y Especialista en
Laparoscopia Ginecológica

 www.empresax.com

 @empresax

 empresax

Nuestras marcas:





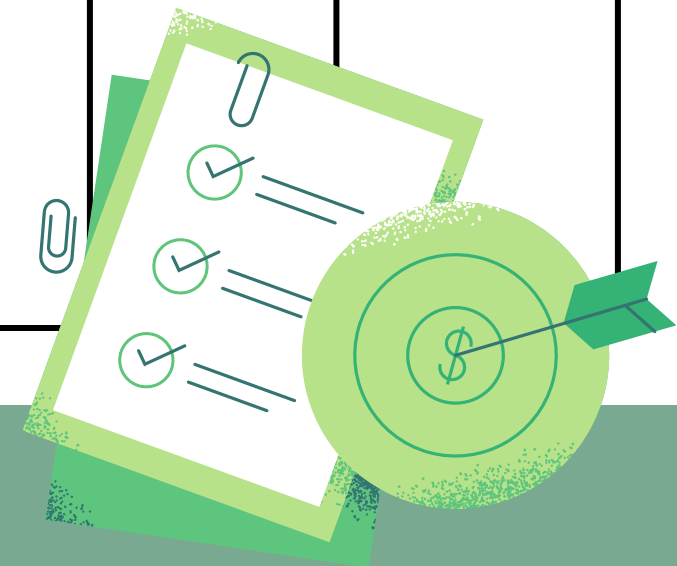





Presupuesto



Fecha inicio	Actividad	Descripción de la actividad	Indicadores	Encargado	Q1	Q2	Q3	Q4	Total
01/04/2023	Wapify WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> - Herramienta para emitir mensajes masivos. - Uso de las bases de datos de médicos para enviar mensajes personalizados. 	<ul style="list-style-type: none"> - % de respuesta por parte de los ginecólogos. - Número de visualizaciones del mensaje enviado. 	Pasante de Marketing	\$0	\$150	\$150	\$150	\$450



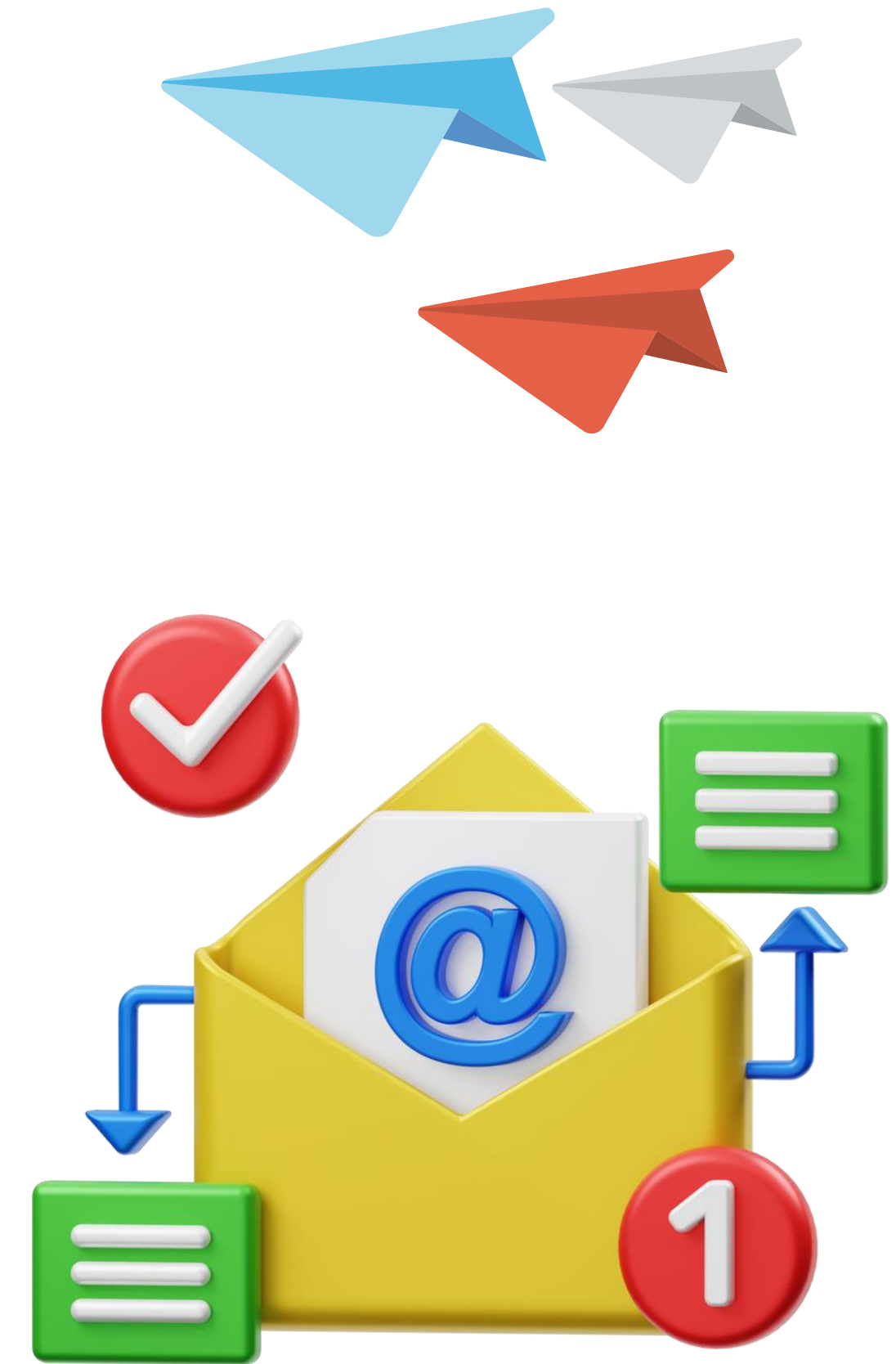
REAJUSTE CAMPAÑA DE EMAIL MARKETING

Problema

Dentro de la comunicación y el manejo de la data de los ginecólogos, la Empresa X no utiliza los emails y la información que poseen para posicionar la marca corporativa.

Solución

Esta propuesta tiene como objetivo enviar información relevante para sus ginecólogos, y ser un soporte de la estrategia global del envío de mensajes masivo.

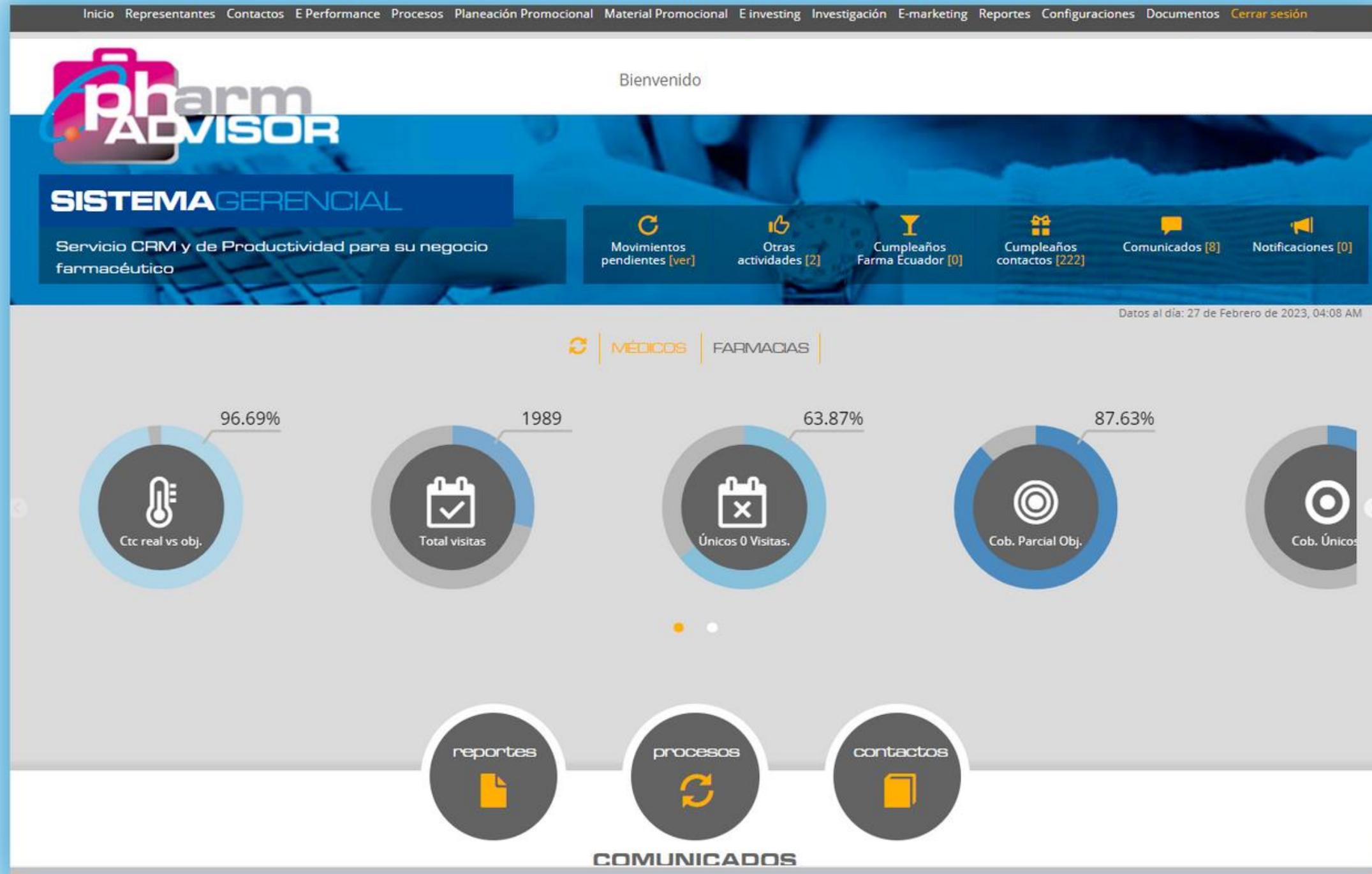


Características de la herramienta Pharmadvisor

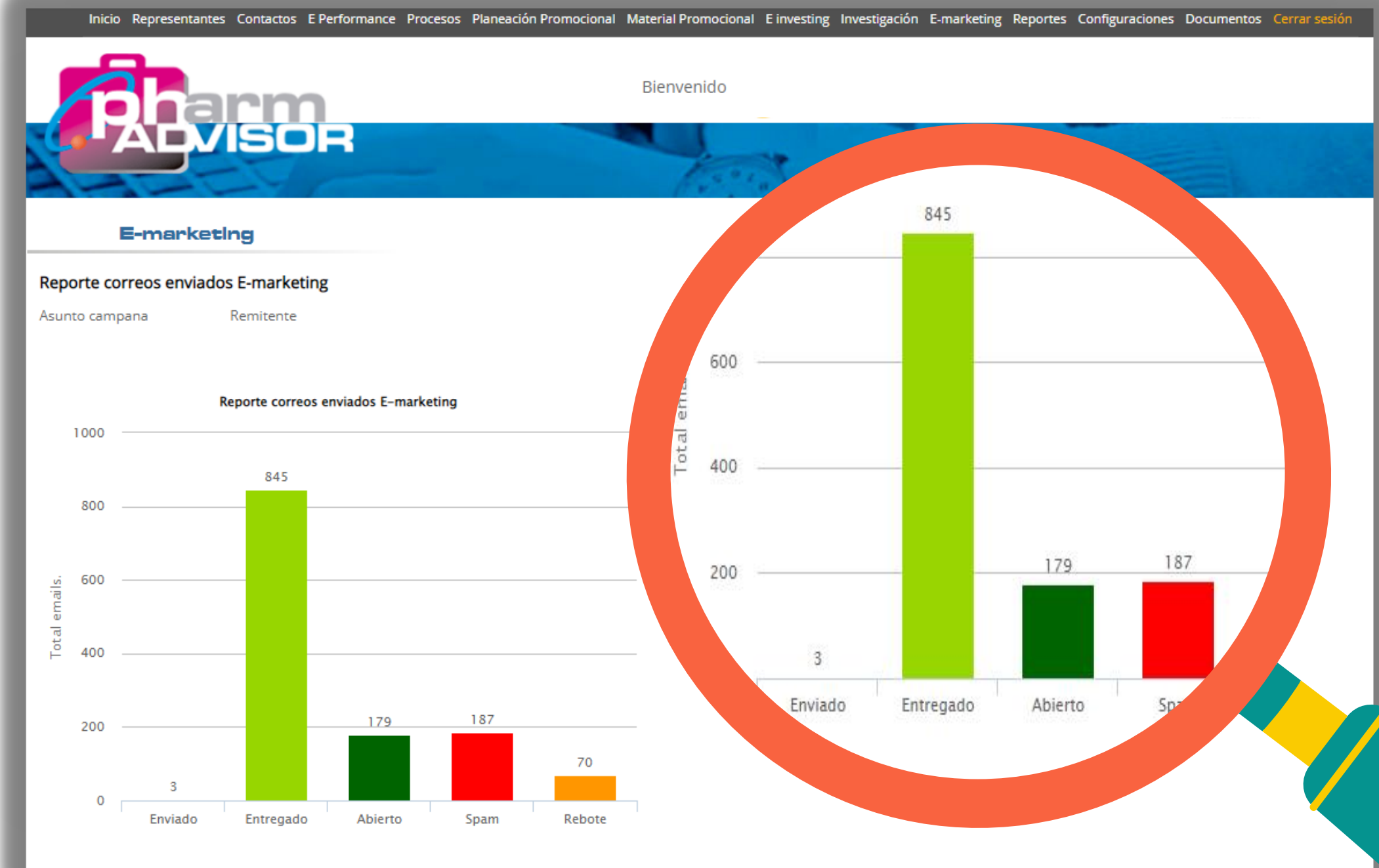
- Esta herramienta posee un diseño sencillo y amigable, por lo que permite proveer una buena experiencia para los usuarios.
- Gracias a Pharmadvisor se puede llevar a cabo el trabajo comercial, promocional y de entrenamiento para la fuerza de ventas.
- Es una herramienta que permite adaptarse a las necesidades, además que posee reportes en línea y dashboard con gráficos y análisis de los correos enviados.



Características de la herramienta Pharmadvisor

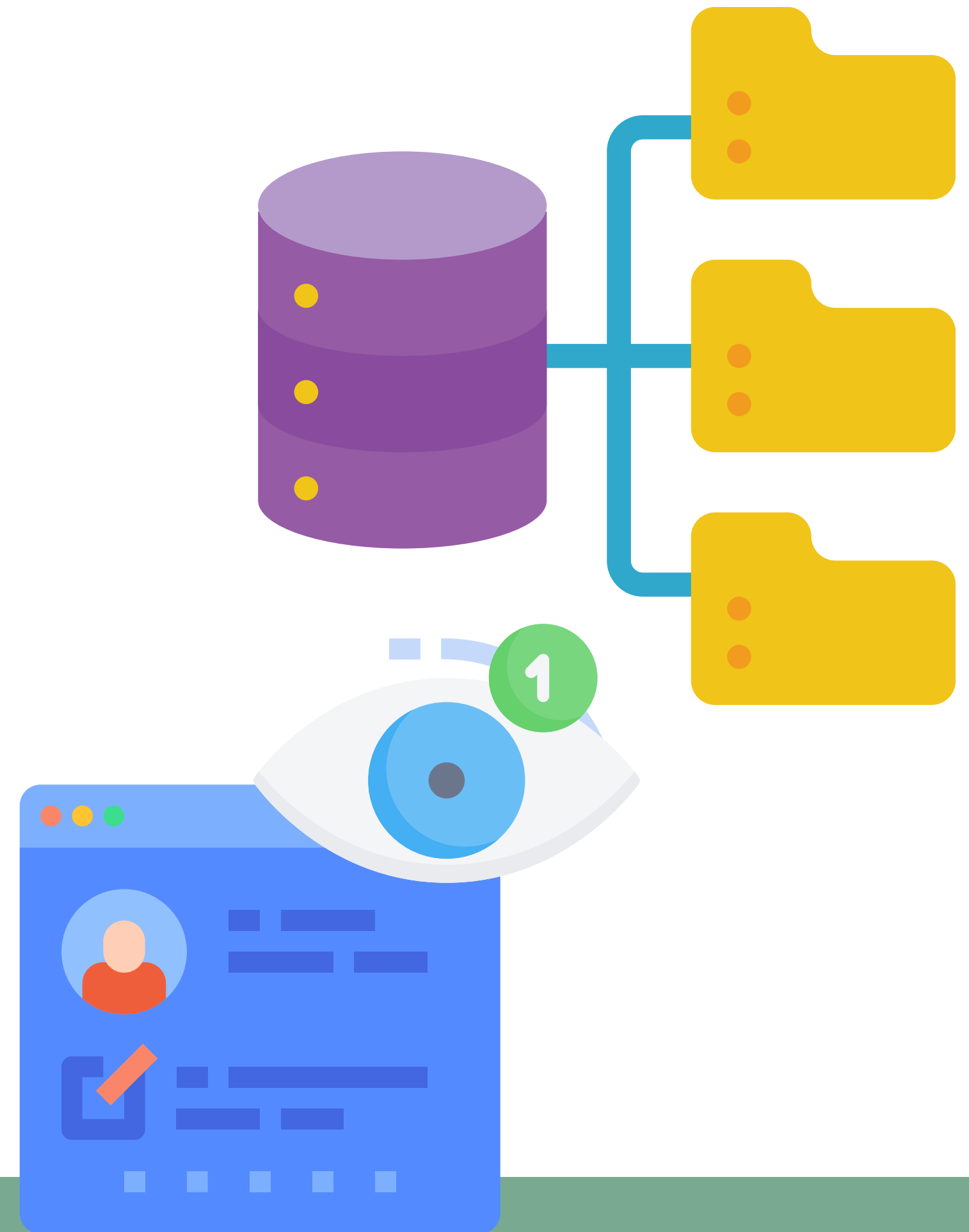


Características de la herramienta Pharmadvisor



Desarrollo

- Se trabajará con la base de ginecólogos que se obtuvo a través de los eventos, congresos y las encuestas realizadas por el plan de marketing digital.
- Se utilizará el Pharmadvisor Correo, con mensajes para potenciar el flujo del público objetivo.



Presupuesto



Fecha inicio	Actividad	Descripción de la actividad	Indicadores	Encargado	Q1	Q2	Q3	Q4	Total
01/04/2023	Pharmadvisor Correo	<ul style="list-style-type: none"> -Envío mailing con el objetivo de potenciar Wapify WhatsApp -Dar a conocer la línea ginecológica junto con su identidad -Informar sobre congresos y eventos 	<ul style="list-style-type: none"> -Tasa de rebote de correo. -Tasa de correos enviados a Spam. -Correos enviados a ginecólogos. -Correos abiertos. 	Pasante de Marketing	\$0	\$174	\$174	\$174	\$522

VISITADORES MÉDICOS DIGITALES

Problema

Según las encuestas realizadas, más del 60% de los encuestados respondieron que prefieren a los visitantes médicos como medios para recibir información.

Solución

Creación de una agenda digital dentro de la página web de la Empresa X.



Características de la herramienta Zoom premium

- Con el plan business de zoom las reuniones duran hasta **30 horas** por sesión, con una capacidad de **300 asistentes** máximo.
- La aplicación permite generar **pizarras ilimitadas online** donde se pueden presentar contenido didáctico.
- Se tiene una capacidad máxima de **5GB** de almacenamiento de las grabaciones dentro de la nube.



Desarrollo

- Cada visitador médico deberá tener su zona y lista de doctores a visitar, para que esté se mantenga pendiente de las citas agendadas.
- En conjunto con la página web y la agenda digital, se programarán las visitas médicas.
- Se implementará un método híbrido en las visitas médicas, consultas y presentación de los productos de manera virtual y presencial.



Presupuesto



Fecha inicio	Actividad	Descripción de la actividad	Indicadores	Encargado	Q1	Q2	Q3	Q4	Total
01/04/2023	Visitadores Médicos Digitales	<ul style="list-style-type: none"> -Zoom premium. -Visita médica (vía zoom) -Presentación de productos y/o productos nuevos -Capacitación sobre los productos actuales y/o productos nuevos 	<ul style="list-style-type: none"> -Número de ginecólogos atendidos mes/visitador médico -Tiempo promedio de visita digital 	Visitadores médicos	\$0	\$51	\$51	\$51	\$153



REAJUSTE PLAN DE RECOMPENSAS

Problema

La empresa no dirige su plan de recompensas de manera digital.

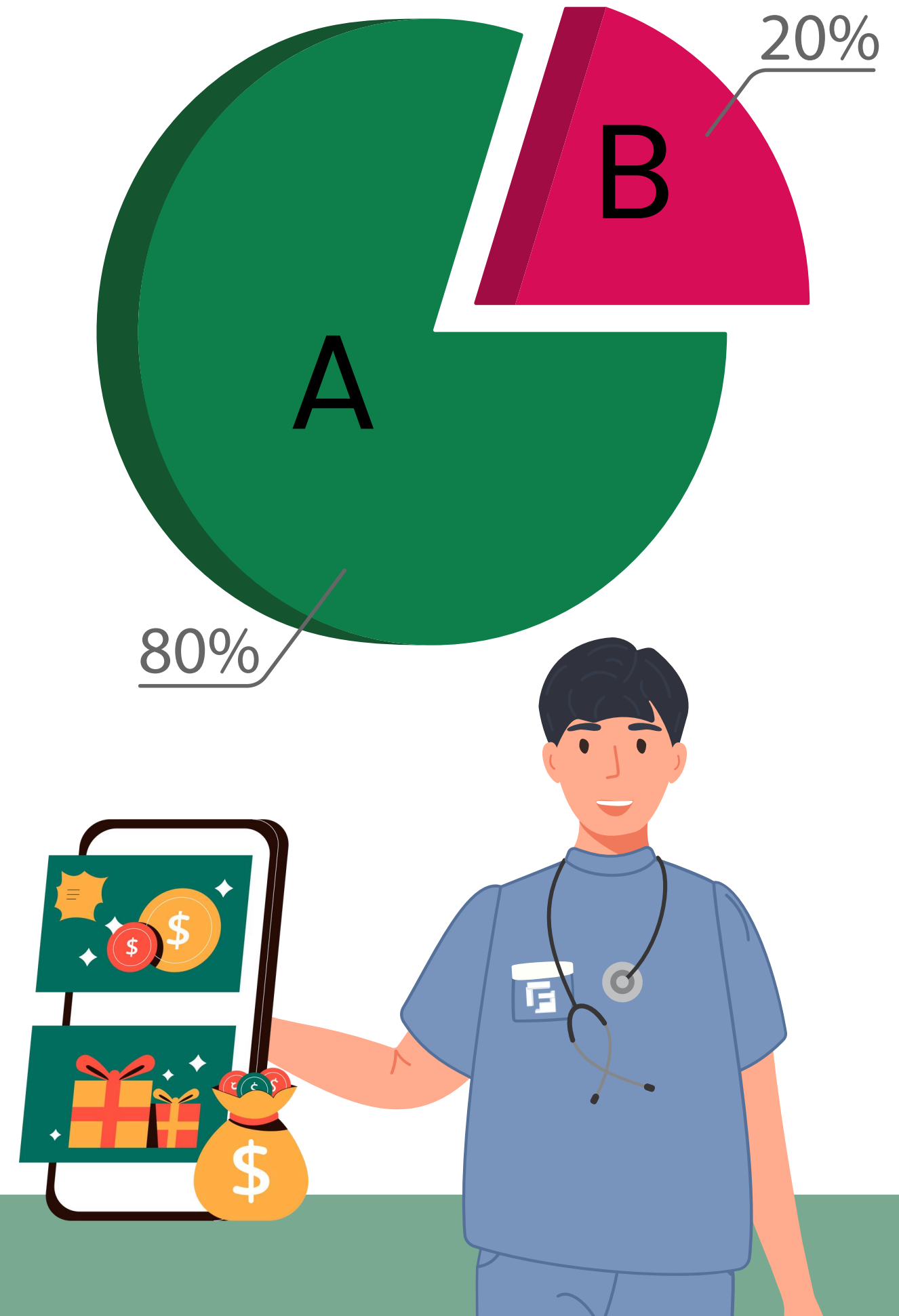
Solución

Digitalizar y segmentar el plan de recompensas actual de la Empresa X del Ecuador.



Desarrollo

- Segmentar en base a prescripciones.
- Ley de Pareto
- Cientes A: 80% de las prescripciones representa el 20% de los médicos.
- Dar mayor seguimiento a las clientes A.
- Priorizar solicitudes y recomendaciones.



Recompensas

La empresa designará \$ 500 mensuales para los siguientes premios:

- Suscripciones a plataformas digitales (11 Spotify, 10 Youtube premium).
- Suscripciones a plataformas de Streaming (10 Netflix, 11 HBO, 11 Disney plus)
- Recompensas en efectivo (5 GiftCards o Paypal de \$ 30).



Presupuesto



Fecha inicio	Actividad	Descripción de la actividad	Indicadores	Encargado	Q1	Q2	Q3	Q4	Total
01/06/2023	Plan de Recompensas	-Compra de suscripciones premium a plataformas de música como: Spotify y YouTube. Además de planes mensuales en plataformas de streaming: Netflix, HBO Max y Disney Plus. Con el objetivo de premiar a los médicos ginecólogos	-Número de ginecólogos premiados. -Número de ginecólogos que pertenezcan a la categoría A.	Soporte de marketing	\$0	\$0	\$1500	\$1500	\$3000



TELEMEDICINA

Problema

La Empresa X ha sido una de las empresas rezagadas en la implementación de estrategias digitales.

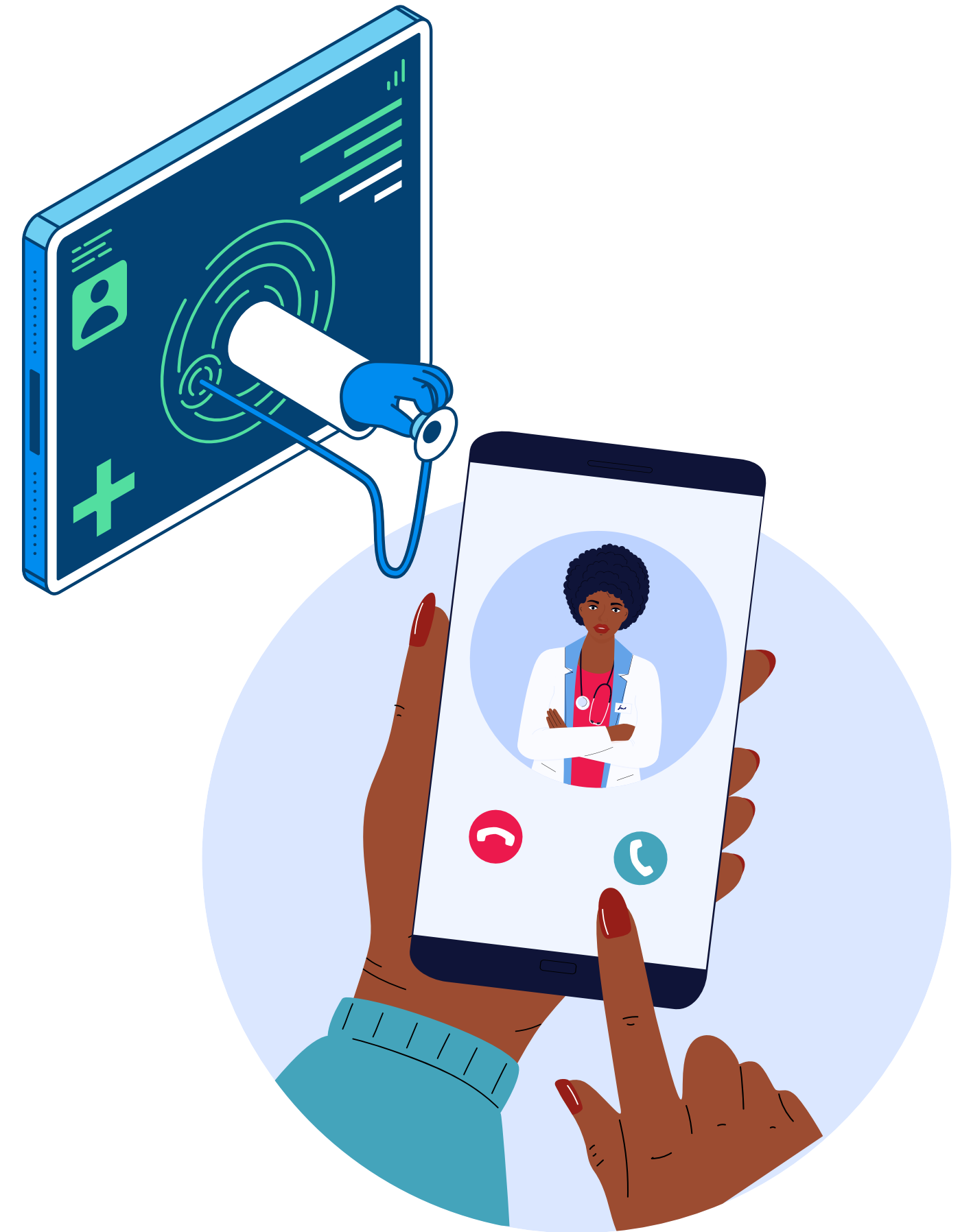
Solución

Desarrollo y creación de un apartado digital de Telemedicina dentro de la página web.



Desarrollo

- Resolución de problema o dudas de pacientes de manera online.
- Chat directo a gerencia medica.
- Sugerencia a la solución del problema del paciente (Síntomas Leves).
- Recomendación de ginecólogos de categoría A (Síntomas graves).



Presupuesto



Fecha inicio	Actividad	Descripción de la actividad	Indicadores	Encargado	Q1	Q2	Q3	Q4	Total
01/06/2023	Telemedicina	<ul style="list-style-type: none"> -Modificación de la página web para una sección para atención médica remota -Recomendación de médicos ginecólogos a pacientes según su ubicación. 	<ul style="list-style-type: none"> -Número de pacientes registrados. -Número de consultas atendidas. -Número de patologías desviadas a un especialista. 	Soporte de marketing y Gerencia médica	\$0	\$0	\$270	\$0	\$270



COMUNIDADES MÉDICAS

Problema

Actualmente la empresa posee un gran número de ginecólogos que conocen los producto, pero no su marca corporativa.

Solución

Crear un blog dentro de la pagina web con el objetivo de que los ginecólogo interactúen con la empresa.

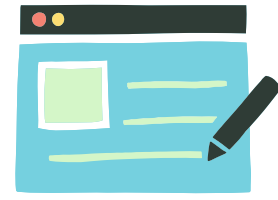


Desarrollo

- Generar un apartado de comunidades medicas en la pagina web.
- Se busca la interacción de lo ginecólogos mediante blogs.
- Impulsar la comunidad mediante nuestras herramientas antes mencionadas.



Presupuesto



Fecha inicio	Actividad	Descripción de la actividad	Indicadores	Encargado	Q1	Q2	Q3	Q4	Total
01/06/2023	Comunidad de Medicas	-Creación de un apartado de blog para ginecólogos -Donde se permitirá que los ginecólogos comenten los blogs subidos para la Empresa X	-Número de comentarios en los blogs. -Número de interacciones en los blogs.	Soporte de marketing	\$0	\$0	\$270	\$0	\$270



SOPORTE DE MARKETING

Problema

La empresa no posee una persona que ofrezca soporte para todas las marcas.

Solución

Asignar un soporte de marketing para:

- Actividades digitales
- Presupuestos
- Generar campañas unificadas



Desarrollo

- Soporte a todas la marcas.
- Manejo de herramientas y plataformas digitales.
- Generación de mensajes, flyers y artes digitales.
- Coordinación del plan de recompensas.
- Centralizar los procesos de marketing digital



Presupuesto



Fecha inicio	Actividad	Descripción de la actividad	Indicadores	Encargado	Q1	Q2	Q3	Q4	Total
01/06/2023	Soporte persona Marketing	- Uso y manejo de redes sociales. - Seguimiento de las campañas digitales (CRM, emailing, telemedicina)	Visualizaciones dentro de la página web. -Nuevos usuarios suscritos a la página web. -Número de interacciones en plataformas digital.	Gerencia de Mercadeo y Promoción	\$0	\$0	\$100	\$0	\$100





CONCLUSIONES

Mejorar el posicionamiento de la marca corporativa, mediante estrategias digitales dirigidas a la línea ginecológica, cada una de las propuestas presentadas en el presente proyecto están realizadas para dar a conocer y mejorar la marca corporativa, se enfocó en la difusión de la marca, el reconocimiento, y en la mejora de la visualización de la marca en toda la información que la empresa difunde por medio de las diferentes herramientas digitales que se van a implementar.

RECOMENDACIONES

Cultura digital

Impulsar las redes sociales que tiene, con contenido atractivo y siempre destacando la línea ginecológica. Además, al implementar una cultura digital al médico ginecólogo muestra ventajas, como el ahorro del tiempo y el dinamismo de una visita médica virtual.





ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



E
X

GRACIAS