

TABLA DE CONTENIDO

1. ANTECEDENTES GENERALES	1
1.2 Misión y Visión de El Especialista	3
1.3 Gobierno Corporativo y Organigrama	3
1.4 Mercado Online en Chile	6
1.4.1 Contexto General	6
1.4.2 e-Commerce en Chile	8
1.4.3 Redes Sociales	9
1.4.4 Comportamiento de usuario en la Red	11
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO (O PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA) Y JUSTIFICACIÓN	13
3. OBJETIVOS	14
3.1 Objetivo General	14
3.2 Objetivos Específicos	14
4. ALCANCES	15
5. MARCO CONCEPTUAL	16
5.1 Marketing	16
5.2 Marketing Digital	16
5.2.1 Marketing en las Redes Sociales	17
5.2.2 Tipos de Redes Sociales	18
5.3 Marketing Tradicional versus Marketing Digital	21
5.4 Comercio Electrónico	22
5.5 Índice Klout	24
6. METODOLOGÍA	26
7. SITUACIÓN ACTUAL	28
7.1 Redes Sociales	28

7.2 Índice de Medición Klout.....	30
7.3 Comparación de la Competencia del Especialista	31
7.4 e-Commerce El Especialista	32
8. DESARROLLO ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA EL ESPECIALISTA	34
8.1 Descripción de las Redes Sociales	34
8.1.1 Facebook	35
8.1.2 Twitter	36
8.1.3 Youtube	37
8.1.4 Instagram.....	39
8.2 Segmento de Usuarios	40
8.3 Estrategia de Redes Sociales de acuerdo perfil del Especialista	44
8.3.1 Frecuencia de publicaciones.....	44
8.4 Tienda Virtual El Especialista	46
8.4.1 Categorías y subcategoría de productos	46
8.4.2 Posicionamiento del e-Commerce	48
8.5 Indicadores de Redes Sociales y Tienda Virtual	49
8.5.1 Indicadores Redes Sociales	49
8.5.2 Indicadores Tienda Virtual.....	51
8.6 Plan de Uso de las Redes Sociales	55
9. RECOMENDACIONES	58
10. CONCLUSIONES	60
BIBLIOGRAFÍA	62
ANEXO.....	65

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1: “Competencia El Especialista”	31
Tabla 2: “Metas de Redes Sociales 2016”	44
Tabla 3: “Publicaciones El Especialista”	45
Tabla 4: “Categoría de Productos”	47
Tabla 5: “Marcas Destacadas”	47
Tabla 6: “Indicadores Redes Sociales”	51
Tabla 7: “Indicadores e-Commerce”	53
Tabla 8: “Ejemplo de Campaña”	54
Tabla 9: “Ventas de los productos más vendidos”	57

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: “Evolución de Ventas Netas”	2
Ilustración 2: “Misión y Visión El Especialista”	3
Ilustración 3: “Organigrama General El Especialista”	4
Ilustración 4: “Organigrama Administración y Finanzas El Especialista”	5
Ilustración 5: “Organigrama Logística El Especialista”	5
Ilustración 6: “Organigrama Gerencia Comercial El Especialista”	6
Ilustración 7: “Evolución Internet Fijo y Móvil”	7
Ilustración 8: “Evolución Penetración de cada Servicio”	7
Ilustración 9: “Evolución Velocidad de Conexión 2009-2014”	8
Ilustración 10: “Conexión a internet de los chilenos”	12
Ilustración 11: “Escala de Influencia Klout”	25
Ilustración 12: “Medición Klout El Especialista”	30
Ilustración 13: “Estudio de Reconocimiento de Marca”	32
Ilustración 14: “Marcas de e-Commerce”	33
Ilustración 15: “Fans de la página de Facebook”	41
Ilustración 16: “Personas Alcanzadas”	41
Ilustración 17: “Personas que Interactuaron”	42
Ilustración 18: “Segmento de usuarios Google Analytics”	42