



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

División Académica de Ciencias Económico

Administrativas



Materia:

Mercadotecnia de Servicios

Impartida por:

Dra. Minerva Camacho Javier

Carrera:

Licenciatura en Mercadotecnia

Actividad 11

Plan de Marketing

Presenta:

Frida Silvana Rodríguez Moreno

Ximena Pedrero Pérez

Marisol Romero Camacho

Dayra Ayelen Salgado Madrid

Ciclo 02-2025

Plan de Marketing: Modalidades Interno, Externo y Omni/Relacional – Microempresa Arre-Krbon

Introducción

Arre-Krbon, microempresa dedicada a la preparación de alimentos tipo parrillada, busca fortalecer su posicionamiento local, fidelizar clientes y mejorar la experiencia en cada punto de contacto. Este plan integra estrategias de marketing interno, externo y omni/relacional para optimizar resultados.

1. Resumen ejecutivo

El presente plan de marketing propone acciones enfocadas en tres modalidades complementarias: marketing interno, orientado a motivar y alinear al personal con la propuesta de valor; marketing externo, centrado en aumentar la visibilidad y captación de nuevos clientes; y marketing omni/relacional, diseñado para ofrecer una experiencia unificada tanto en los canales físicos como digitales. Estas estrategias buscan fortalecer la imagen de Arre-Krbon como una opción gastronómica local de calidad, con atención rápida, personalizada y cercana.

2. Modalidades de Marketing

2.1. Marketing Interno

Objetivo:

Incrementar la motivación y compromiso del personal para garantizar una atención al cliente eficiente y coherente con los valores de la marca.

Acciones principales:

Acción	Responsable	Periodicidad	KPI asociado
Capacitaciones mensuales sobre servicio al cliente y trabajo en equipo	Gerente de establecimiento	Mensual	≥ 90% de asistencia

Programa de incentivos por desempeño (bonos o reconocimientos mensuales)	Recursos Humanos	Mensual	≥ 3 empleados reconocidos/mes
Boletín interno con metas, logros y próximos eventos	Comunicación interna	Quincenal	≥ 70% de lectura del personal

2.2. Marketing Externo

Objetivo:

Aumentar la captación de clientes y la presencia de Arre-Krbon en la comunidad local mediante estrategias promocionales y alianzas estratégicas.

Acciones principales:

- Campañas publicitarias en redes sociales (Facebook e Instagram) con segmentación local.
- Alianzas con negocios cercanos (cafeterías o bares) para promociones cruzadas.
- Participación en ferias o eventos gastronómicos con degustaciones.
- Promociones especiales en fechas clave (Día del Padre, San Valentín, etc.).

KPI destacados:

- Alcance mensual en redes ≥ 6,000 usuarios.
- Costo por lead ≤ \$25 MXN.
- Asistencia mínima de 60 personas en eventos.
- Incremento del 15% en ventas durante campañas.

2.3. Marketing Omni/Relacional

Objetivo:

Brindar una experiencia integrada, rápida y personalizada en todos los puntos de contacto, fortaleciendo la fidelización del cliente.

Acciones principales:

Canal	Acción	Responsable	KPI asociado
Sitio web / redes sociales	Integrar chat en vivo y mensajes automáticos de seguimiento	Encargado digital	Tasa de respuesta \leq 2 minutos
WhatsApp Business	Envío de catálogos interactivos y confirmación de pedidos	Atención al cliente	90% de respuestas efectivas
Punto de venta	Wi-Fi gratuito con registro de clientes para base de datos	Gerente	\geq 30 registros/semana
Email marketing	Envío de correos de bienvenida y promociones personalizadas	Área de marketing	Tasa de apertura \geq 45%

3. Cronograma integrado

Mes	Interno	Externo	Omni/Relacional
Mayo	Capacitación de atención al cliente y boletín interno #1	Lanzamiento de campaña en Facebook/Instagram	Implementación del chat en vivo en redes

Junio	Reconocimiento a empleados destacados	Evento gastronómico en plaza local	Activación de catálogo por WhatsApp
Julio	Capacitación sobre comunicación y ventas	Alianza con negocio local (cafetería o bar)	Envío de correo de bienvenida a nuevos clientes
Agosto	Boletín #4 con resultados del trimestre	Promoción “Regresa y gana” en redes sociales	Seguimiento automatizado postcompra
Septiembre	Reforzamiento de incentivos al personal	Degustación por aniversario	Actualización de base de datos de clientes

Conclusión

El presente plan fortalece las estrategias internas, externas y relacionales de Arre-Krbon, mejorando su posicionamiento y asegurando una experiencia coherente en todos los canales. La implementación de KPIs permitirá evaluar el impacto de cada acción y garantizar un crecimiento sostenido de la microempresa.