

## SOCIEDADES CLAVE

### Canales- UNARTE

Somos conscientes de la importancia del marketing en un proyecto tan innovador y un sector tan tradicional.

Es necesario darnos a conocer y ganar clientes de la competencia. El objetivo es llegar al Hay que tener en cuenta que al ser una empresa de nueva creación, nuestros principales objetivos en estos primeros momentos se centrarán en darnos a conocer y aumentar nuestra popularidad.

Una vez consigamos esto, nuestros esfuerzos irán dirigidos a fidelizar y conseguir clientes.

Para lograrlo, nuestra estrategia de comunicación se divide en dos grupos: **Publicidad y Relaciones Públicas.**

Dentro de la **publicidad** promocionamos nuestra galería a través de distintos soportes: radio, televisión y exterior.

(Internet lo veremos de una forma más profunda en un apartado diferente).

#### -Radio:

Respecto a la radio, ofreceremos cuñas publicitarias con 20 segundos de duración en una radio conocida en nuestro país, Europa FM, por un precio de 4.700€/spot en el horario con más oyentes, de 6h a 10h de la mañana entre semana.

Actualmente esta emisora está centrada en el público joven (18 a 35 años), como somos un lugar de ocio nos parecía interesante centrarnos en esta emisora para impactar en dicho target.

#### -Spotify:

Optaremos cuñas de 30 segundos en las que se pagará 40€ por cada mil impresiones en ordenador, y también pondremos en móvil con un precio de 75€ por cada mil impresiones.

Hemos optado por estas plataformas porque nuestro público objetivo está conformado por personas con necesidades especiales, entre ellas, personas invidentes que suelen ser fieles consumidores de estos medios auditivos, y de esta forma, el mensaje les llegará de forma clara y sencilla.

#### -Televisión:

Ofreceremos un anuncio de 20 segundos en tres espacios publicitarios en distintos horarios en la cadena "A punt".

El primer horario será de 7h a 13:30h por 300 €, el segundo horario será de de 14h a 15:15h por 1.900 € y el último horario será de 20h a 22h por 2.000 €, siendo un total de 4.200€ al día.

Hemos optado por iniciarnos en el ámbito de la publicidad televisiva en este canal porque es un canal local y la galería estará situada en Valencia. Además, el precio es bastante económico si lo comparamos con otros canales.

## SOCIEDADES CLAVE

**-Exterior:** Nos promocionaremos a través de carteles en distintas estaciones de metrovalencia en un breve espacio de tiempo en fechas clave como la inauguración.

El tiempo serán 14 días por campaña, en 25 carteles distribuidos por un precio de, 7.700 € + 940€ de producción de los carteles, siendo un total de 8.640€.

Metrovalencia es una buena opción para UNARTE porque es un medio de transporte muy utilizado en el día a día de los valencianos, con mucha afluencia y presencia de un público de edades muy variadas. Así conseguiremos impactar en todos ellos.

### **-Plan de marketing digital (internet)**

Vivimos en la era digital, por lo que esta parte será fundamental para obtener rentabilidad de nuestro negocio. Para lograr un impacto en el mundo on-line, utilizaremos las siguientes estrategias:

#### ● Posicionamiento en internet (SEM & SEO)

En este apartado expondremos el conjunto de acciones que realizará nuestra empresa para situarnos en la parte de arriba de la lista de resultados de los buscadores y así incrementar las posibilidades de que nos visiten.

Nuestro principal objetivo es aparecer prioritariamente con nuestra página web en los buscadores de Google, ya que actualmente es el buscador más usado.

Por lo tanto, es el buscador con el cual podremos atraer a mayor número de visitantes.

En segundo lugar, también queremos aparecer en el buscador Safari prioritariamente, ya que es el segundo con mayor cuota de mercado .

Con estos dos buscadores llegaremos a usuarios de Android a través de Google y a usuarios de Iphone a través de Safari, cuidando así la proyección de la web no solo en ordenador y en otros dispositivos.

Para el diseño de nuestro sitio web hemos optado por utilizar un tema sencillo pero atractivo haciendo uso de nuestro color corporativo.

Sumado a la tienda on-line y nuestra amplia descripción de los servicios con su correspondiente galería de fotografías de calidad, hemos decidido insertar un blog para generar contenido de valor y obtener un mejor posicionamiento SEO mientras fidelizamos a los clientes.

Respecto al SEO, para mejorar nuestra posición en buscadores estamos utilizando una herramienta llamada "plan de palabras clave", de Google.

Las palabras clave que vamos a utilizar son las siguientes:

- "medio ambiente" → promedio de búsquedas mensuales: 10 mil - 100 mil
- "galería de arte " → promedio de búsquedas mensuales 1 mil - 10 mil
- "inclusivo" → promedio de búsquedas mensuales: 1 mil - 10 mil
- "galería de arte Valencia" → promedio de búsquedas mensuales: 100 - 1 mil
- "arte para todos" → promedio de búsquedas mensuales: 100 - 1 mil

## SOCIEDADES CLAVE

- "arte con material reciclado" → media de búsquedas mensuales: 10 - 100
- "museo Valencia" → media de búsquedas mensuales: 10 mil - 100 mil

Elegimos estas palabras clave porque están fielmente relacionadas con nuestro modelo de negocio y pueden aportarnos grandes resultados.

Además, tener un buen nombre de dominio que describa breve y claramente nuestro negocio en la web, usar links internos y externos, optimizar las imágenes utilizadas (tanto en nuestra página web como en nuestras redes sociales) y crear contenido único y de calidad nos permitirán diferenciarnos con facilidad y destacar frente a la competencia y, en consecuencia, aumentar el tráfico web.

Respecto al SEM, utilizaremos herramientas como PPC (pago por clic).

El costo de PPC dependerá de la cantidad de usuarios que finalmente hagan clic en el anuncio en relación con la cantidad total de personas que ven el anuncio.

Estos clics se obtendrán a través de diferentes métodos gracias al modo Campaña Display que nos ofrece anunciarse en Youtube, Gmail y Discover (Búsqueda de Google).

- Redes sociales

Las RRSS son imprescindibles hoy en día. Nuestra presencia en estas plataformas puede transformar por completo nuestros resultados.

Nos hemos decantado por las siguientes plataformas:

- Instagram
- Facebook
- Twitter

Cada una de estas plataformas está enfocada a un público objetivo diferente y nuestra empresa está enfocada a un amplio grupo de población, queremos estar presentes en todos los ámbitos posibles.

A través de estas queremos captar clientes y mantener los actuales. Son, también, una vía de información y contacto muy valiosa.

Lo hacemos manteniendo un feedback activo con nuestros seguidores. Por ejemplo, si comentan o nos escriben por alguna duda, responder lo antes posible para que creamos relación de cercanía y finalmente sean fidelizados.

En las RRSS mantendremos un estilo similar en las fotos para lograr un perfil ordenado y limpio.

Haremos uso del color fucsia porque es nuestro color corporativo y queremos tenerlo presente para ser recordado.

Además es un color que llama la atención y según la psicología del color representa confianza y cercanía, dos valores que queremos transmitir con nuestra empresa.

Para que nos encuentren es muy útil utilizar hashtags, palabras clave acerca del tema que estemos compartiendo en las redes sociales seguidos del símbolo "#".

## SOCIEDADES CLAVE

Algunos hashtags incorporados en en nuestras redes sociales son: #galeria #artgallery #arte #valència #daltonismo #inclusión ... entre otros.

Además, a través de las plataformas mencionadas invertiremos en el marketing de influencers, ya que son muy eficaces para incrementar la visibilidad,credibilidad y, en consecuencia, aumentar las ventas.

### - Email marketing

Respecto al e-mail marketing, vamos a contratar a Sendinblue, una empresa de mailing que tiene diferentes planes para trabajar. Nosotros elegimos el plan Lite, con un coste de 29€/mes e incluye:

- Sin pago diario de envíos
- Soporte de correo
- El complemento Lite+: Pruebas A/B, eliminación del logotipo de Sendinblue,
- Informes avanzados
- Por ese coste, podemos enviar 40.000 emails/mes.

Nos decidimos por este plan porque estamos empezando en nuestro negocio, y tenemos muchos costes que afrontar, así que este es un comienzo básico, con las características necesarias.

Enviaremos correos electrónicos a clientes potenciales para que conozcan nuestros servicios y por ejemplo, también a las escuelas o asociaciones culturales.

Además, también enviaremos correos electrónicos para fidelizar a nuestros clientes actuales.

La mayoría del tiempo, lo invertiremos en las redes sociales para mantenerlas actualizadas. Tanto la optimización del SEO, el mantenimiento web y el envío de las newsletters se harán a principio de cada mes.

Realizaremos dos entradas en el blog al mes, y por último haremos una revisión y creación trimestral de Google ADS.

El análisis de resultados es esencial para poder examinar si estamos cumpliendo nuestros objetivos previstos o si por el contrario no estamos consiguiendo nuestras metas y pensar en posibles actuaciones por si esto ocurriera.

Las herramientas utilizadas para ello son las siguientes:

- Google Analytics: para realizar análisis y ver el rendimiento de la web,obtener información sobre las conversiones de las visitas así como informes de análisis técnicos (publicidad, redes sociales, contenido, etc...). Contamos con esta herramienta como la más importante para el análisis de nuestro negocio.
- Google Trends: para detectar qué tendencias de búsqueda se están dando a nivel nacional e internacional.  
Esta herramienta permite observar cuáles son las búsquedas más activas en función de la zona geográfica, las listas de tendencias o los vídeos más vistos en YouTube.

## SOCIEDADES CLAVE

Y con ella podremos ver si algún tema relacionado con nuestro negocio está con mayores búsquedas de las habituales.

- Hootsuite Analytics: para analizar el rendimiento de nuestras redes sociales.

A través de las **relaciones públicas** conseguiremos llegar al público de una forma más cercana a través de mantener un buen trato con el público y otras organizaciones.

Para ello utilizaremos los siguientes instrumentos:

- **Relaciones con los medios:**

Nuestro objetivo es tener un contacto estrecho con los medios para crear una imagen que puedan compartir de nuestra empresa.

Para ello, crearemos contactos con periodistas, cuidaremos la información aportada y mantendremos canales de comunicación activos.

Elaboraremos notas de prensa continuamente, ya que es una forma de comunicación veraz y a un coste 0.

- **Patrocinio y mecenazgo:**

La mayoría de los ingresos recibidos vienen de patrocinios y mecenazgos por ser un modelo de negocio muy atractivo de cara a la sociedad y la cultura.

Tal como hemos comentado en anteriores entregas, nuestros principales colaboradores son la fundación ONCE y el Ayuntamiento de València. Pero estaremos abiertos a nuevas propuestas.

Realizaremos convenios de colaboración con estos grandes entes a cambio de financiación.

- **Donaciones:**

A través de un apartado de nuestra página web, aquellas personas que tengan voluntad en colaborar con nuestro proyecto podrán hacerlo. Destinamos parte de esos fondos a comprar obras realizadas por personas con diversidad funcional.

- **Colaboraciones:**

Para aumentar nuestra popularidad y mejorar nuestra imagen vamos a utilizar la colaboración con asociaciones, administraciones públicas y páginas web reconocidas en el mundo del arte. A cambio, dispondremos de folletos promocionales e información en nuestra página web de las organizaciones que vamos a nombrar a continuación:

- "Turismo Comunidad Valenciana" para conseguir una mayor visibilidad estaremos presentes en su página web y las diferentes oficinas físicas.

- Inscripción en la web del Consorcio de la Acción Cultural Española. Colaboración interesante, ya que es un organismo público dedicado a impulsar y promocionar la cultura y el patrimonio de España.

## SOCIEDADES CLAVE

-"Visit Valencia". Web oficial que fomenta el turismo en nuestra ciudad. apareciendo en ella tenemos más posibilidades de que los turistas nos visiten.

Así como también este tipo de webs pero enfocadas al turismo en general y no específicamente en Valencia. "More About Art", "TripAdvisor", y "Viator".

A través de todas estas acciones desarrolladas en este documento, trataremos de acercarnos lo máximo posible a nuestro público objetivo y que nos tengan presentes a la hora de dedicarle tiempo al ocio..