



BRANDING
MARKETING DIGITAL
DESARROLLO WEB
www.artesanodig.com

**CONECTAMOS TU MARCA
CON EL MUNDO, CON ATENCIÓN
Y DETALLE.**

ARTESANO
DIGITAL





ÍNDICE

- 1 | Confidencialidad
- 2 | ¿Quiénes somos?
- 3 | Antecedentes
- 4 | Propuesta de valor
 - 4.1 | Desarrollo web
 - 4.2 | Customer Relationship Management (CRM)
 - 4.3 | LinkedIn
 - 4.4 | Facebook
 - 4.5 | Twitter
- 5 | Licencias pagadas por el cliente
- 6 | Beneficios de esta propuesta
- 7 | Portafolio
- 8 | Propuesta económica
- 9 | Cronograma actividades y pagos
- 10 | Beneficios Adicionales
- 11 | Condiciones comerciales
- 12 | Datos de contacto





1 | Confidencialidad

Toda la información proporcionada a **Artesano Digital®**, será tratada en términos de la Ley Federal de Protección de Datos Personales, por ello, trataremos toda la información de acuerdo a la legalidad, en el sentido de preservar la privacidad y que toda la información proporcionada sólo será utilizada para el desarrollo de ésta propuesta.

Nuestro compromiso es darle el mismo tratamiento que le daría a la información propia, comprometiéndonos a establecer todas las medidas de seguridad, tanto administrativas como técnicas y físicas, necesarias para tales efectos.

Ésta presentación y contenido (gráfico, informativo y estratégico, desarrollo y demás producción intelectual), es propiedad de **Artesano Digital®**. Cualquier reproducción parcial o total, copia o distribución está prohibida.

Presentación elaborada exclusivamente para:

Rubicon Global Trade

Brenda Esquivel Amaro

Socia-Directora de Comercio Exterior y Aduanas.

2 | ¿Quiénes somos?

Conectamos tu talento con el mundo.

Somos expertos en posicionamiento, compartimos tus ideas y hacemos que lleguen más lejos, tenemos el conocimiento técnico, la creatividad y el compromiso con todos nuestros clientes.

Comenzamos compartiendo nuestras experiencias como emprendedores. Desarrollamos una metodología de crecimiento, con la cual hemos ayudado a diferentes empresas.

Estamos presentes en Madrid, España y en Monterrey, México.





3 | Antecedentes

Rubicon Global Trade es una empresa mexicana enfocada en servicios profesionales de consultoría, auditoría, gestoría, lobbying/cabildeo con autoridades, certificación y educación/capacitación en temas de Comercio Exterior, Aduanas y Seguridad en Cadena de Suministro para organizaciones tanto privadas como gubernamentales e individuos en México y el extranjero.

Rubicon es líder en servicios especializados de la industria: Automotriz, Agroindustria, Hidrocarburos, Minería Textiles, Químicos, Aeroespacial, Alimentos, y Calzado.





4 | Propuesta de valor

Gracias por considerar a **Artesano Digital®** para el desarrollo de servicios de marketing digital. Éste documento deberá de considerarse como una propuesta inicial de servicios de acuerdo a la información proporcionada.

De acuerdo a ello, presentamos la siguiente propuesta de valor, dividida en las siguientes fases.



4.1 | Desarrollo Web

Las empresas actualmente requieren de manera obligada un sitio web o página web para darse a conocer en el mundo digital. Además de que cumple con la función de centralizar los servicios de cada empresa y proporciona información concreta.

Objetivo:

Desarrollar un sitio web de altos estándares gráficos y de contenidos, código limpio y optimizado para SEO (Search Engine Optimization) que facilite la navegación y comunique eficientemente al usuario.

Metodología:

Mediante HTML, desarrollaremos la estructura sobre la cual los usuarios podrán acceder a la información. Al hacerlo con esta tecnología, los usuarios podrán acceder mediante cualquier explorador y en cualquier tipo de dispositivo fijo o móvil.

Incluye:

- A. Diseño:
 - a. Gráfico,
 - b. Editorial
- B. Programación del sitio en HTML.
- C. Diseño responsive para funcionamiento en la mayoría de los dispositivos móviles.





- D. Gestión de contenidos, para manejo de:
 - a. Fotografías
 - b. Textos
- E. Construcción del sitio hasta 6 submenús y sus contenidos.
- F. Fotografías de stock
- G. Configuración SSL
- H. Hasta 100,000 visitantes al mes
- I. Hasta 1,000 contactos por formulario
- J. Buscador en el sitio

No Incluye:

- A. Sesión fotográfica.
- B. Desarrollo de audiovisuales.
- C. Integración con otras plataformas propiedad del cliente.
- D. Licencia de plataformas para chat en línea u otro tipo de licenciamientos.
- E. Posicionamiento orgánico o SEO en primeras páginas, sin embargo, incluye programación estructurada para posicionarse a lo largo del tiempo.

Importante:

el cliente debe de tener acceso y control de su dominio web

Timing:

Diseño de contenidos gráficos y textos: 2 semanas.

Programación estimada total: 3 semanas, posteriores a la autorización de contenidos gráficos y de textos.



Ejemplos de estilos de páginas que podemos desarrollar con nuestra tecnología.



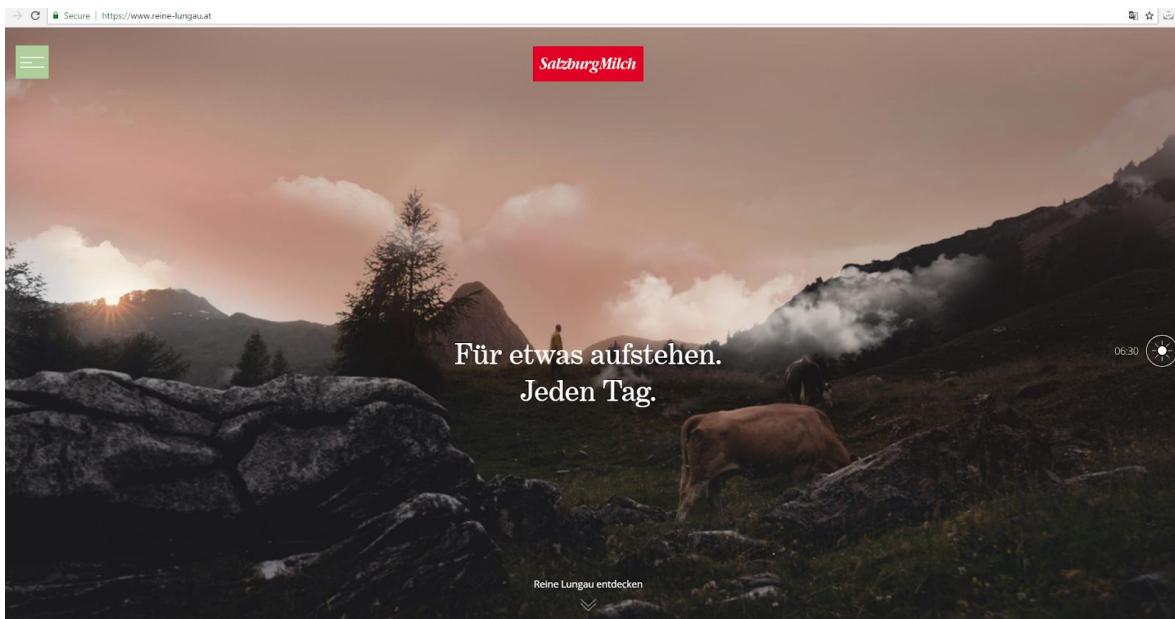
The screenshot shows a landing page for 'leAD' (legacy of Adi Dassler). The header features the 'leAD' logo and 'SPORTS ACCELERATOR'. Below the header is a sub-header 'PASSION FOR SPORTS'. The main title 'Start up to leAD!' is prominently displayed in large white letters. A subtext below the title states: 'leAD - legacy of Adi Dassler - is a Sports entrepreneurship platform focused on funding and nurturing early-stage Sports startups. Applications for the accelerator batch of 2018 are now closed. Next cohort will be in Berlin from September to December, 2018.' A 'LEARN MORE' button is located in a green bar at the bottom left. At the bottom, there are social media links for Twitter, Facebook, and LinkedIn, along with navigation links for 'PREV', 'NEXT', 'NEWSLETTER', and 'CONTACT'.

<https://www.leadsports.com/>

The screenshot shows a landing page for 'Conservation Guide'. The background is a vibrant underwater scene with coral reefs and fish. The main headline reads 'Easily search and book conservation volunteering'. Below the headline is a search bar with the placeholder 'Type a project, place, animal, or anything...'. To the right of the search bar is a 'Search Projects' button. The top navigation bar includes links for 'Conservationists', 'Organisations', 'About', 'News', and a 'Sign Up' button. On the left side of the page, there are social media icons for Facebook, Instagram, Twitter, and LinkedIn. A small text link 'What is Conservation Guide?' is visible at the bottom left.

<https://www.conservationalguide.org/>





<https://www.reine-lungau.at/>



4.1.2 | Hospedaje

Las páginas web requieren de un servidor especializado para que funcionen y sean visibles al público. Para este proyecto también se requiere un hospedaje especializado para hacer el sitio web autogestionable.

A este servicio se le denomina hospedaje o hosting.

Objetivo:

Contar con un espacio confiable para hospedar el contenido web que le permita ser autogestionable.

Incluye:

- A. Hosting que permita a la página web ser autogestionable.
- B. Soporte técnico permanente.
- C. Periodo de hospedaje de un año.





4.2 | Implementación CRM



El problema que genera la mayor pérdida de ventas a las empresas es la incorrecta gestión de interesados en comprarles.

Nuestra propuesta está diseñada para implementar un sistema de Gestión de clientes (CRM) que permita administrar eficientemente el seguimiento de prospectos y generar así el cierre de ventas.

Ésta propuesta está dividida en las siguientes subfases:

4.2.1 | Conocimiento del proceso comercial.

Objetivo:

Conocer el proceso comercial actual para integrar la nueva plataforma CRM.

Metodología:

En una sesión de un día conoceremos el proceso comercial actual para determinar:

- A. Canales de comercialización.
- B. Estructura comercial.
- C. Asignación de vendedores.
- D. Indicadores actuales.
- E. Conocimiento de la plataforma tecnológica comercial actual.

Con este conocimiento, comenzaremos a parametrizar el CRM, a fin de alinearlos a las actividades actuales y tomando en cuenta también la forma de gestionar nuevos prospectos desarrollados en esta propuesta.

Timing:

3 días hábiles.



Vista de la Plataforma de CRM




		Add deal	Pipeline	(My deals)
Untouched contact	Contact made	Qualified	Proposal presented	In Negotiation
\$223,000.60 24 deals	\$136,280.10 11 deals	\$30,600.50 7 deals	\$104,500.80 5 deals	\$41,800.00
Best Solutions Deal \$17,000 Audience Measurement	New logotype \$10,000 Smart Language Ltd	Android app \$36,000 Games Central Ltd	New website \$32,000 CollaborativeLab won	Online shop design \$27,060 iSalestore
SEO optimization \$42,000 BeautyInLaw Shop	Book launch \$37,000 Ministry of Education	Facebook campaign \$3,900 Mayan Design	Consulting \$4,600 GreatShoes Factory	Landing page \$4,600 Dealplus
Adwords campaign \$15,900 Shopper	Native iOS app \$23,350 Bright Mind Publishing	Rebranding \$45,200 Beauty Booth	Blog design \$8,900 Pharmalux	Campaign site \$7,600 SmartCall Ltd
Integration \$43,250 Papersand	Social media strategy \$5,800 CheapShoes4U	Digital trends workshop \$43,250 Academy of Design	Email template \$1,600 FMCG Bread Co.	
New webpage \$7,400 Abc medicals	SEO optimization deal \$4,500 Metrics Group	Animated intro \$12,200 Pharmatics Group	iOS app \$57,400 Edwin's Kitchen	
Landing page project \$3,200 Dealplus	Campaign site \$3,200 SmartCall Ltd	Brand guidelines \$7,600 Dealplus		
Software development \$63,700 Customer Group	Online shop design \$6,000 iSalestore			
Shopping cart \$11,000 Shopper	Email template design \$700 Shopper			

4.2.2 | Formularios de contacto.

Para la página web:

Objetivo:

Mediante el encauzamiento de los visitantes de la página web al formulario de contacto, obtendremos información para comenzar el proceso de gestión comercial.

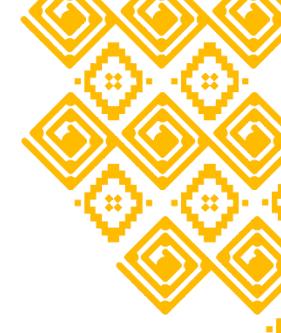
Metodología:

Obtendremos los datos primarios del cliente:

- A. Nombre y apellidos.
- B. Correo electrónico.
- C. Teléfono (identificando si es fijo o móvil).
- D. Horarios de contacto.

Obtendremos los datos de segmentación comercial:

- E. Tipo de producto o servicio requerido.
- F. Estado desde el que nos contacta.
- G. Cómo se enteró de la empresa.

**Para otros medios de contacto:****Objetivo:**

Gestionar a prospectos que llegan por medios diferentes al sitio web, ya sea por llamadas telefónicas u otros medios de contacto.

Metodología:

Al ser indispensable gestionar a los prospectos que llamen directamente a la empresa, sin pasar por el formulario de contacto de la página web, es indispensable crear un formulario de contacto independiente y diferente, al cual sólo tendrán acceso los empleados de la empresa para dar de alta a los contactos o prospectos.

Obtendremos los datos primarios del cliente:

- A. Nombre y apellidos.
- B. Correo electrónico.
- C. Teléfono (identificando si es fijo o móvil).
- D. Horarios de contacto.

Obtendremos los datos de segmentación comercial:

- H. Tipo de producto requerido.
- I. Estado desde el que nos contacta.
- J. Cómo se enteró de la empresa.
- K. Datos de gestión interna.
- L. Quién da de alta el contacto.
- M. Vendedor asignado.

Al obtener los datos de los prospectos a través de cualquiera de los formularios, podremos segmentar diferentes acciones comerciales definidas en la integración del CRM.

Entregables:

Creación de formularios construidos de acuerdo a las necesidades del cliente y montados sobre su sitio web.

Timing:

Una semana posterior al Conocimiento del proceso comercial.



**Vista de formulario (ejemplo):**

CONTACT

Say Hello.

We're excited to hear from you and will get back to you soon!

Company Name

Company URL (if any)

Your Name *

Your Mail *

Your Phone Number

4.2.3 | Automatización e Integración CRM**Objetivo:**

Integrar la información de los prospectos de manera automática, en una plataforma poderosa y sencilla, que permita la eficiente gestión de prospectos y ventas.

Metodología:

Se definirá en conjunto con el cliente:

- A. Datos específicos de la operación de la empresa que requieran agregarse.
- B. Niveles del túnel de ventas, así como su porcentaje de probabilidad y días de estancamiento.
- C. Niveles de jerarquía dentro la plataforma.
- D. Actividades a realizar (llamadas, citas, correos y otros).
- E. Filtros de búsqueda.
- F. Reportes.
- G. Estructura para cargas de documentos (espacio ilimitado).

Esta plataforma funciona on-line y además cuenta con apps para Android e IOS para gestión de clientes.



**Entregables:**

- A. Plataforma personalizada.
- B. Capacitación a usuarios de 4 horas.
- C. Capacitación a Administrador de 2 horas.

Incluye:

- D. Puesta en marcha.
- E. Automatización de correo de agradecimiento.
- F. Automatización desde el formulario de contacto, hasta la creación de oportunidades.

No Incluye:

- A. Subir contactos o propuestas actuales al CRM.
- B. Licencias de terceros (mismas que se describen a continuación) y que deberán de ser pagadas por el cliente.

Timing:

Dos semanas posteriores al término del Formulario de contacto.

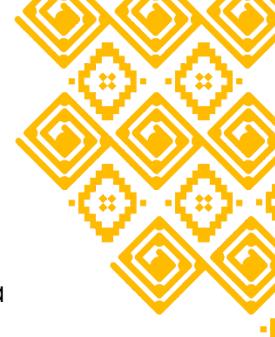
4.2.4 | Correos Autorespuesta

Trabajaremos en varios correos de autorespuesta a fin de que quien nos contacte perciba que los procesos comerciales son profesionales, confiables y personales.

Se desarrollarán correos para:

1. Notificación de nuevo contacto al administrador del sistema.
2. Notificación al vendedor al haber un nuevo prospecto.
3. Notificación a recursos humanos al tener un nuevo interesado en vacante.
4. Notificación a compras al tener nuevo proveedor interesado.
5. Notificaciones al prospecto de que se le contactará en breve con datos personalizados del vendedor y el formato HTML con imágenes, ligas y textos.
6. Notificación al administrador del sistema de negocio ganado y negocio perdido.





4.2.5 | Capacitación

Una vez terminados todos los procesos anteriores, realizaremos una capacitación completa para el uso del CRM para vendedores.

La capacitación incluye los módulos:

1. Negocios
2. Correo
3. Actividades
4. Contactos
5. Productos
6. Estadísticas

El entrenamiento tendrá una duración de 4 horas continuas, hasta a 5 usuarios en dicha sesión. (sesiones adicionales para más personas se cotizarán y cobrarán por separado)

Se realizará una capacitación inicial y otra más, 30 días posteriores al arranque. ambas capacitaciones de forma remota.

Timing: 1 día



4.3 | LinkedIn

LinkedIn es la red profesional más grande del mundo con más de 562 millones de usuarios en más de 200 países y territorios alrededor del mundo. Muchas empresas la utilizan como su principal red social, esto es por su carácter corporativo e informativo enfocado en desarrollo de nuevos negocios.

LinkedIn es la mejor herramienta para empresas donde su modelo de negocio es primordialmente B2B, este es el caso de Rubicon Global Trade.

Objetivo:

Con la marca **Rubicon Global Trade** buscaremos construir un perfil moderno, dinámico y profesional, que denote la innovación en sus procesos y el enfoque en la resolución de problemas por medio de su amplia experiencia en el mercado. De igual forma, lo posicionamos de tal forma que sea un canal de captación de prospectos por medio de la publicación de contenido de valor para sus clientes meta.

Metodología:

Creación de la página directamente desde LinkedIn Company Page, esto nos garantiza tener las cuentas vinculadas y hacer un mejor manejo. Una vez creada la página se prosigue con un plan de 2 pasos para subir contenido de forma correcta.

4.3.1. | Desarrollo de estrategia y puesta en marcha

Diseño y creación de la página empresarial de Rubicon. Diseño de estrategia y publicación de 5 actualizaciones. Una vez realizado este paso se puede redirigir las páginas personales de los empleados a la empresarial.

Ejemplo:

The screenshot shows the LinkedIn Company Page for Deloitte. At the top, there's a navigation bar with icons for Home, My Network, Jobs, Messages, Notifications, and Profile. The main header features the Deloitte logo, company name, industry (Consultoría de estrategia y operaciones), location (New York, NY), and follower count (2.790.363 seguidores). Below the header, there are three main sections: 'Descripción' (Description) showing a conference room photo; 'Empleos' (Jobs) featuring a profile picture of Ricardo Abimelec Cevada Anaya and a 'Ver empleos en Deloitte' button; and 'Vida en la empresa' (Life at the company) showing a photo of a woman in an office. Further down, there are sections for 'Sobre nosotros' (About us), 'Actualización reciente' (Recent update) showing a badge for LinkedIn's Top 10 Company Pages of 2018, and 'Otros usuarios han visto' (Other users have seen) showing a thumbnail for EY.



4.3.2. | Gestión de la campaña

Subir contenido con 5 post a la semana , durante la semana laboral. Esto demuestra en la página un seguimiento más fluido y actualizado. este paso se tiene que repetir mes con mes, para lograr el posicionamiento de la empresa.

Ejemplo:



Incluye:

- A. Diseño:
 - a. Gráfico
 - b. Editorial
- B. Creación de la cuenta.
- C. Diseño gráfico para mejor visualización en móvil.
- D. Edición profesional de publicaciones.

No Incluye:

- A. Sesión fotográfica.
- B. Pautaje en LinkedIn

Timing: Paso 1: 2 semanas

Paso 2: 1 mes, pago mensual durante 6 meses.





4.4 | Facebook



Una red social bien administrada logra un posicionamiento eficiente de las empresas con el tiempo.

Las redes sociales no son en específico instrumentos de venta, sino de posicionamiento mediante la visualización y viralización. Son herramientas que permiten también humanizar a las empresas.

Facebook en su versión de Fan Page está creada para empresas; tiene objetivos y resultados totalmente diferentes a los perfiles personales.

Nuestra propuesta está compuesta por:

4.4.1 | Desarrollo de la estrategia:

Se desarrolla un concepto global del manejo integral de Facebook, de manera que se definan los alcances de la gestión, así como de la pauta pagada a fin de lograr los objetivos establecidos.

Metodología:

Investigaremos las preferencias de usuarios ante la marca para lograr entender las preferencias de usuarios ante este tipo de productos o servicios.

Por otro lado realizaremos un sondeo con las páginas de los competidores o empresas similares.

Con este análisis comenzaremos a definir el mercado objetivo, así como ventajas que podemos ofrecer ante lo que hace la competencia.

Incluye:

- A. Creación de estrategia de comunicación y líneas editoriales.
- B. Listado de preguntas y respuestas frecuentes
- C. Búsqueda y definición del Mercado Objetivo.
- E. Desarrollo de la estrategia de pauta pagada para la atracción de seguidores.

Timing:

Desarrollo de la estrategia: 1 semana





4.4.2 | Gestión y alimentación de contenidos:

Esta perspectiva tiene como fin generar líneas de comunicación con contenido estructurado, a fin de que quienes sigan el Fan Page, logren, con el paso del tiempo, generar un engagement que empareje su estilo de vida con la identidad y la filosofía de la marca y así generar lealtad hacia ella.

Metodología

Se desarrollarán los elementos gráficos para generar el look and feel del Fan Page de Facebook, alineados a la imagen y los valores de la empresa.

Se desarrollarán líneas de comunicación permanentes que buscan objetivos distintos y que habremos de definir conjuntamente, mediante una sesión entre ustedes y nuestro social media manager.

Se definirán los medios y las personas de contacto para cuando se requiera interacción a preguntas y respuestas, así como para temas sensibles o de crisis de los cuales deberán de estar informados.

Incluye:

- a. Vestimenta gráfica (look and feel) de Facebook, por temporada.
- b. 1 posteo diario (lunes a viernes) en Facebook.
- c. Diseño gráfico de todas las publicaciones
- d. Reporte mensual digital de avances, propuestas y resultados.
- f. Canalización de quejas y ventas.

Timing:

Gestión y alimentación de contenidos: 6 meses



Ejemplo de Fan Page de uno de nuestros clientes:

The screenshot shows a Facebook fan page for 'Red de Filantropía de Egresados y Amigos del Tec'. The cover photo features two women sitting outdoors, reading books, with the text 'NUEVA MÁS AR' overlaid. The page has a rating of 4.8 from 5 reviews. The sidebar includes links for 'Inicio', 'Información', 'Fotos', 'Opiniones', 'Videos', 'Publicaciones', 'Comunidad', 'Notas', and 'Información y anuncios'. A green button at the bottom left says 'Crear una página'.

<https://www.facebook.com/RedDeFilantropiaDeEgresadosYAmigosDelTec/>



4.4.3 Pauta Pagada (pago directo del cliente a Facebook)

Esta pauta tiene como fin, llegar a un perfil específico de seguidores o clientes potenciales para generar mediante enlaces patrocinados denominados Facebook Ads, diferentes acciones:

1. Atraer seguidores
2. Comunicar promociones
3. Lanzamientos de producto

Metodología:

Se definirán los perfiles (edad, género, intereses) de las personas a las que queramos llegar.

Se delimitará la zona geográfica en donde se harán las publicaciones.

Finalmente se definirá la estrategia de la pauta pagada, ya sea atraer seguidores o realizar promociones, entre otros.

Esta estrategia para ambas perspectivas deberá de realizarse por un periodo de 6 meses como mínimo.

Incluye:

- a. Costo de la pauta para la atracción de seguidores o posicionamiento del sitio web o campañas de productos. (Dentro de la estrategia se define la pauta que deberá de ser pagada directamente por el cliente).
- b. Promoción de la página.
- c. 2 anuncios promocionales publicados a lo largo del mes.
- d. Precio incluye pauta a nivel hidalgo y regional que se haya definido en la estrategia.

No incluye:

Sesión fotográfica.

Timing:

Pauta pagada: 6 meses





4.5 | Gestión de Twitter

Twitter es una de las plataformas más utilizadas en temas de noticias y sucesos en el momento. También la principal forma de contacto con clientes, ya que este medio es usado para ponerse en contacto de forma pública con marcas y empresas.

Objetivo

Gestionar la marca **Rubicon Global Trade** con noticias del momento relacionadas a la experiencia, tácticas de comercio exterior y nuevas legislaciones, aunado a sus valores.

4.5.1 | Desarrollo de la estrategia y puesta en marcha

Metodología:

Se hará la unificación de las cuentas oficiales de Rubicon Global Trade, para de este modo tener el contenido adecuado en cada Red Social. Twitter se distingue por ofrecer atención y noticias relevantes al momento. Además de dar una figura confiable al establecimiento.

Incluye:

- A. Diseño gráfico y editorial
- B. Uso correcto de Hashtags (Etiquetas)
- C. Reporte mensual digital de avances, propuestas y resultados.
- D. Canalización de quejas y ventas.

No incluye

- A. Sesión fotográfica.

Timing: 1 semana

The screenshot shows a mobile browser interface with the URL <https://mobile.twitter.com>. The page displays the official Twitter profile for Deloitte (@Deloitte). The profile picture is a stylized 'D' logo. Below the profile picture, the handle '@Deloitte' is followed by a blue checkmark. To the right of the handle are two buttons: a gear icon labeled 'Seguir' (Follow) and a magnifying glass icon. The bio reads: 'Sharing the latest news, research, events and more from Deloitte Global and the Deloitte network of member firms. More [deloitte.com/about](#)'.

Sharing the latest news, research, events and more from Deloitte Global and the Deloitte network of member firms. More [deloitte.com/about](#)

Global [deloitte.com/global](#)
Se unió el agosto de 2007

1.434 Siguiendo 428,3 K Seguidores

Weets Tweets y respuestas Multimedí

Tweet fijado
Deloitte @Deloitte · 21 may.
The 2018 Millennial Survey LIVE Webcast

4.5.1 | Desarrollo de la estrategia y puesta en marcha

Metodología:

Desarrollaremos las campañas en base a 5 tweets semanales y autoadministración. Siguiendo las líneas editoriales y gráficas desarrolladas en la estrategia.

Incluye:

- E. Diseño grafico y editorial
- F. Uso correcto de Hashtags (Etiquetas)
- G. Reporte mensual digital de avances, propuestas y resultados.
- H. Canalización de quejas y ventas.

No incluye

- B. sesión fotográfica.

Timing: 6 meses

The image displays three separate tweets from the official Deloitte Twitter account (@Deloitte).
1. The first tweet, posted 4 hours ago, discusses how Artificial Intelligence (AI) is reshaping financial services by unveiling new competitive differentiators. It includes a graphic of several circular icons arranged in a circle, a link to a MIS_Training article, and engagement metrics (6 replies, 13 likes, 1 quote retweet).
2. The second tweet, posted 11 hours ago, highlights that Deloitte Global's 2018 Chief Audit Executive survey found that Internal Audit must become more innovative to enhance its organizational impact and influence. It includes a link to an article by Terry Hatherell and engagement metrics (10 replies, 16 likes, 1 quote retweet).
3. The third tweet, posted 19 days ago, states that safety and trust remain the top concern for automotive consumers. It includes engagement metrics (1 reply, 1 quote retweet).
The top right corner of the slide features a decorative pattern of yellow diamond shapes.



5 | Licencias (pagadas por el cliente)



Existen varias licencias necesarias para el funcionamiento, automatización y puesta en marcha de esta propuesta.

Para nosotros es importante la eficiencia en costos y transparencia de las plataformas, con el fin de optimizar el precio y permitir que nuestros clientes sigan utilizando las plataformas de manera permanente posterior a la finalización de los trabajos contenidos en esta propuesta.

Es por ello, que pedimos que el pago de licencias se realizado directamente por ustedes.

Las licencias requeridas y sus costos se integran de la siguiente manera.

5.1 | Pago anual

Plataforma	Usuarios	Licencia mensual	Meses	Total en dólares	Tipo de cambio	Total en pesos
Formularios	0	0	0	0	0	0
CRM	5	\$12.50	12	\$750.00	\$19.30	\$14,475.00
Integrador	0	0	0	0	0	0
Total aproximado en pesos mexicanos					\$14,475.00	

1. Cada plataforma al hacer el cargo, puede determinar impuestos a pagar.
2. Cada plataforma emitirá un invoice directamente al cliente.
3. Es necesario el uso de una **tarjeta de crédito** para realizar los pagos. Todos los cargos serán hechos en dólares americanos a tipo de cambio del día de la transacción.
4. Todas las plataformas deben de contratarse para automatizar el proceso.
5. En caso de cargo rechazado, los servicios lo suspenderá directamente cada plataforma.
6. Los nombres de las plataformas, se harán de su conocimiento una vez aprobada la propuesta y ayudaremos en hacer la contratación.





6 | Beneficios de esta propuesta

1. Generar estrategias de comunicación certeras y contundentes.
2. Contar con un sitio web entendible, fácil de usar y que genere más tiempo de espera en el sitio.
3. Promover un “call to action” al canalizar a los visitantes al formulario de contacto o a hacer una llamada.
4. Sistematizar y automatizar los procesos comerciales.
5. Facilitar las actividades y seguimiento de los vendedores.
6. Responsabilizar fácilmente a los vendedores por sus resultados.
7. Potencializar la marca a través de los medios digitales que tienen una eficiencia comprobada.

7 | Portafolio

Tomamos muy seriamente la confidencialidad de nuestros clientes y por ello solo podemos mostrar lo realizado de dominio público:

Algunos de los desarrollos WEB que hemos realizado:

1. <http://www.mondess.org/>
2. <http://www.unicacirugiaplastica.com/>
3. <http://www.guva.mx/>

Algunas de las gestiones en Facebook que hemos realizado:

1. <https://www.facebook.com/RedDeFilantropiaDeEgresadosYAmigosDelTec/>
2. <https://www.facebook.com/GoAirEvents/?ref=bookmarks>



8 | Propuesta económica



Fase	Subfase	Importe
4.1 Desarrollo Web		\$24,640.00
	4.1.2 Hosting	\$4,840.00
4.2 Implementación de CRM		
	4.2.1 Conocimiento del proceso comercial	\$1,300.00
	4.2.2 Formulario de contacto	\$3,400.00
	4.2.3 Automatización e integración de CRM	\$12,500.00
	4.2.4 Correos autorespuesta	\$4,500.00
	4.2.5 Capacitación	\$6,000.00
4.3 LinkedIn		
	4.3.1 Desarrollo de estrategia y puesta en marcha	\$1,500.00
	4.3.2 Gestión de la campaña (6 meses)	\$24,000.00
4.4 Gestión de Facebook		
	4.4.1 Desarrollo de la estrategia	\$1,500.00
	4.4.2 Gestión y alimentación de contenidos. (6 meses)	\$24,000.00
4.5 Twitter		
	4.5.1 Desarrollo de estrategia y puesta en marcha	\$1,500.00
	4.3.2 Gestión de la campaña (6 meses)	\$24,000.00
	Subtotal	\$133,680.00
	IVA	\$21,388.80
	Total	\$155,068.80





9 | Cronograma actividades y pagos

# de fase / subfase	Fase	Subfase	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Inversión																																																		
4.1	Desarrollo Web		\$24,640.00								\$24,640.00																																																		
	4.1.2	Hosting	\$4,840.00								\$4,840.00																																																		
4.2	Implementación de CRM																																																												
	4.2.1	Conocimiento del proceso comercial		\$1,300.00							\$1,300.00																																																		
	4.2.2	Formulario de contacto		\$3,400.00							\$3,400.00																																																		
	4.2.3	Automatización e integración de CRM		\$12,500.00							\$12,500.00																																																		
	4.2.4	Correos autorespuesta		\$4,500.00							\$4,500.00																																																		
	4.2.5	Capacitación		\$6,000.00							\$6,000.00																																																		
4.3	LinkedIn																																																												
	4.3.1	Desarrollo de estrategia y puesta en marcha			\$1,500.00						\$1,500.00																																																		
	4.3.2	Gestión de la campaña (6 meses)			\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$24,000.00																																																		
4.4	Gestión de Facebook																																																												
	4.4.1	Desarrollo de la estrategia			\$1,500.00						\$1,500.00																																																		
	4.4.2	Gestión y alimentación de contenidos. (6 meses)			\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$24,000.00																																																		
4.5	Twitter																																																												
	4.5.1	Desarrollo de estrategia y puesta en marcha			\$1,500.00						\$1,500.00																																																		
	4.5.2	Gestión de la campaña (6 meses)			\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$24,000.00																																																		
		Subtotal	\$29,480.00	\$27,700.00	\$16,500.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$12,000.00	\$133,680.00																																																		
		IVA	\$4,716.80	\$4,432.00	\$2,640.00	\$1,920.00	\$1,920.00	\$1,920.00	\$1,920.00	\$1,920.00	\$21,388.80																																																		
		TOTAL	\$34,196.80	\$32,132.00	\$19,140.00	\$13,920.00	\$13,920.00	\$13,920.00	\$13,920.00	\$13,920.00	\$155,068.80																																																		
LICENCIAS PAGADAS POR EL CLIENTE* <table border="1"> <thead> <tr> <th>PLATAFORMA</th><th>Mes 1</th><th>Mes 2</th><th>Mes 3</th><th>Mes 4</th><th>Mes 5</th><th>Mes 6</th><th>Mes 7</th><th>Mes 8</th><th>Inversión</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Formularios</td><td>\$0.00</td><td>\$0.00</td><td>\$0.00</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>CRM</td><td>\$0.00</td><td>\$14,475.00</td><td>\$0.00</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>Integrador</td><td>\$0.00</td><td>\$0.00</td><td>\$0.00</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>Pago total a Artesano Digital y Licencias.</td><td>\$34,196.80</td><td>\$46,607.00</td><td>\$19,140.00</td><td>\$13,920.00</td><td>\$13,920.00</td><td>\$13,920.00</td><td>\$13,920.00</td><td>\$13,920.00</td><td>\$169,543.80</td></tr> </tbody> </table>												PLATAFORMA	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Inversión	Formularios	\$0.00	\$0.00	\$0.00							CRM	\$0.00	\$14,475.00	\$0.00							Integrador	\$0.00	\$0.00	\$0.00							Pago total a Artesano Digital y Licencias.	\$34,196.80	\$46,607.00	\$19,140.00	\$13,920.00	\$13,920.00	\$13,920.00	\$13,920.00	\$13,920.00	\$169,543.80
PLATAFORMA	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Inversión																																																				
Formularios	\$0.00	\$0.00	\$0.00																																																										
CRM	\$0.00	\$14,475.00	\$0.00																																																										
Integrador	\$0.00	\$0.00	\$0.00																																																										
Pago total a Artesano Digital y Licencias.	\$34,196.80	\$46,607.00	\$19,140.00	\$13,920.00	\$13,920.00	\$13,920.00	\$13,920.00	\$13,920.00	\$169,543.80																																																				
<small>*Precios aproximados a tipo de cambio \$ 19.3 MXN</small>																																																													





10 | Beneficios Adicionales

De manera gratuita, esta propuesta incluye:

- 1) Alta, configuración, corrección y puesta en marcha del perfil de Rubicon Global Trade en Google My Business. En dicha plataforma estableceremos correctamente su posición GPS, horarios de atención, y medios de contacto.
- 2) Hasta 5 firmas dinámicas de correo electrónico con GIF del logo de Rubicon integrado.

11 | Condiciones comerciales

- 1) A todos los precios mencionados, deberá de agregarse el Impuesto al Valor Agregado del 16%.
- 2) Los costos de cada fase de este proyecto están sujetos a la contratación de la totalidad de ésta propuesta, en caso de querer contratar sólo algunos bloques o fases por separado éstos deberán ser recotizados en su individualidad.
- 3) Condiciones de pago:
 - a) Ingreso de factura de acuerdo a cronograma.
 - b) Pago 5 días naturales posteriores a la recepción de facturas.
- 4) Este proyecto deberá de respaldarse mediante la firma de un contrato de prestación de servicios por el importe total del proyecto contratado.





12 | Datos de contacto

Monterrey, México

Ricardo Cevada

Director General

ricardo.cevada@artesanodig.com

+52 1 (81) 1859 9457

Zuriel Anaya

Director de Operaciones

Zuriel.cevada@artesanodig.com

+52 1 (81) 2618 4704

Av. Eugenio Garza Sada No. 427, Nueva España, 64840 Monterrey, N.L.

