

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ADOr006
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL	VERSIÓN: 10
	INFORME	VIGENCIA: 2024-09-02
		PAGINA: 1 de 6

24.

Chía, 2025-02-26

Para: COMPRAS

Universidad de Cundinamarca

Asunto: Justificación especificaciones-Proceso INV 41

1. ESPECIFICACION 1- ESTRATEGIA DE MARKETING

Elaboración de Estrategia para el Posicionamiento Digital del Instituto de Posgrados:

- **Entregable:** Documento estratégico para el posicionamiento digital para los nueve meses de ejecución.
- **Cantidad:** 1 estrategia de posicionamiento.
- **Descripción:** Desarrollo de una estrategia integral de marketing digital orientada a aumentar la visibilidad y el posicionamiento del Instituto de Posgrados por los diferentes canales digitales de medios digitales internos como externos a través de los diferentes recursos tecnológicos, como: Diseño gráfico, fotografía, video, entrevistas, notas radiales, pautas publicitarias, redacción de textos.

Creación de Cronograma de Contenidos Mensual como mínimo 3 medios de comunicación externos y apoyo en el desarrollo de cronograma de contenido en medios oficiales:

- **Entregable:** Cronograma detallado de contenidos mensuales.
- **Cantidad:** 1 cronograma mensual y apoyo en el desarrollo del cronograma de contenidos oficiales.
- **Descripción:** Diseño de un cronograma mensual de publicaciones que incluya al menos 45 contenidos distribuidos en distintos formatos como:
- Videos: Tipo reel o IGTV de una calidad no menor a 1080px X 1920px, que incluya creación de videos promocionales, tipo testimonio, tipo podcast, tipo webinar, y transmisión en vivo.
- Infografías: Creación de infografías visuales según la línea grafica del Instituto de Posgrados, que resuman las características clave de los programas de posgrado, diseñadas para captar la atención y facilitar la comprensión de la oferta académica. Las infografías deben estar optimizadas para su uso en redes sociales y otros medios digitales externos.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono: (601) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ADOr006
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL	VERSIÓN: 10
	INFORME	VIGENCIA: 2024-09-02
		PAGINA: 2 de 6

- Copys: Redacción de copys para las diferentes publicaciones (con buena ortografía, llamado a la acción y palabras claves) para el posicionamiento.
- Historias: Material tipo fotográfico en una calidad no menor a 1080px X 1920px, videos en una calidad no menor a 1080px X 1920px, post publicitarios con la línea grafica del Instituto de Posgrados (se debe utilizar los elementos proporcionados por cada red social, como lo son música, ubicación, hashtags, etc.) para un mayor alcance de la marca.
- Diseños gráficos: Diseño de post publicitarios, carruseles, banner, recursos para transmisión en vivo, y de más recursos gráficos requeridos según la línea grafica y la solicitud del instituto de Posgrados.
- Informe y análisis mensual de las métricas donde se tenga en cuenta cada red social.

Creación y publicación de artículos y Blogs en páginas web con canales externos de los casos de Éxito sobre los Programas de Posgrado:

- **Entregable:** Artículos de blog y casos de éxito.
- **Descripción:** Redacción y publicación de contenido de casos de éxito sobre los programas de posgrado, destacando sus beneficios, testimonios de estudiantes y ejemplos de proyectos destacados. Este contenido debe ser optimizado para SEO.

Pauta publicitaria de uso de Palabras Clave Optimizadas para Posicionamiento SEO:

- **Entregable:** Optimización SEO de contenido y pago de pauta publicitaria por \$5.000.000 mensuales.
- **Cantidad:** Optimización de 4 a 6 publicaciones de contenido mensuales.
- **Descripción:** Entrega de informes mensuales con lectura de las métricas, conversiones, clic para las pautas publicitarias con las diferentes redes sociales externas (Esto incluirá datos sobre el alcance (cantidad de personas alcanzadas), interacciones (comentarios, likes, compartidos), clics (enlaces o anuncios), y conversiones (acciones específicas como inscripciones, compras, etc.).

Tablero Dinámico de Análisis:

- **Entregable:** Presentación de tablero interactivo de análisis mensual.
- **Cantidad:** 1 tablero dinámico mensual.
- **Descripción:** Creación y presentación de un tablero dinámico de análisis de datos utilizando programas de medición como Google Data Studio, Power BI o similares. Este tablero debe permitir visualizar en tiempo real las métricas de las campañas, facilitando el análisis visual y dinámico de los resultados.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ADOr006
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL	VERSIÓN: 10
	INFORME	VIGENCIA: 2024-09-02
		PAGINA: 3 de 6

2. Especificación 2 - Entregables para Gestión de Campañas de Pauta Digital en Diferentes Redes Sociales y Medios Digitales

Supervisión en elaboración y diseño de landing pages para campañas de marketing digital

Apoyo en la Creación de Landing Pages Optimizadas:

- **Entregable:** Desarrollo y diseño de landing pages enfocadas en la conversión de leads.
- **Cantidad:** Landing page para gestionar bases de datos por programa, y gestión de información en micrositio
- **Descripción:** Diseño y construcción de páginas de aterrizaje con enfoque en la conversión, incluyendo formularios de registro, botones de llamada a la acción, y contenido visual atractivo para maximizar la tasa de conversión.
- Creación e implementación de formularios de registro integrados en la landing page para captar datos de los leads y mantener el proceso de seguimiento eficiente.
- Asegurar que todos los elementos de la landing page estén optimizados para maximizar la conversión y sean completamente funcionales en dispositivos móviles.

Supervisión de Landing Pages Mensuales:

- **Entregable:** Revisión y optimización mensual de las landing pages.
- **Cantidad:** 1 revisión mensual por campaña.
- **Descripción:** Monitoreo y ajuste de las landing pages basadas en análisis de conversión, pruebas A/B, y retroalimentación de usuarios para mejorar su eficacia en la captación de leads.

Automatización, embudos CRM y licencias de software para marketing digital

Configuración de Herramientas de Automatización y Embudos de CRM:

- **Entregable:** Implementación de herramientas de automatización y creación de embudos de CRM.
- **Cantidad:** 1 configuración inicial de embudo por campaña/por cada programa.
- **Descripción:** Configuración de herramientas CMR para automatizar el proceso de captación, nutrición y conversión de leads a través de embudos de ventas.

Provisión de Licencias de Software de Marketing Digital:

- **Entregable:** Licencias de uso para herramientas de marketing digital.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono: (601) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ADOr006
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL	VERSIÓN: 10
	INFORME	VIGENCIA: 2024-09-02
		PAGINA: 4 de 6

- **Cantidad:** 1 licencia por software utilizado.
- **Descripción:** Provisión de licencias de software necesarias para gestionar, analizar y optimizar las campañas, incluyendo herramientas de análisis de datos (Google Analytics, SEMrush), CRM, y herramientas de automatización de marketing.

Automatización de Tareas Recurrentes:

- **Entregable:** Configuración de tareas automatizadas.
- **Cantidad:** 1 configuración por tarea recurrente.
- **Descripción:** Implementación de tareas automatizadas como envío de correos electrónicos, recordatorios de seguimiento de leads, actualización de bases de datos, y otros procesos repetitivos para mejorar la eficiencia y eficacia de las campañas de marketing.

3. ESPECIFICACION 3 - GESTIÓN DE TELEMARKETING Y WHATSAPPS MARKETING

Contratación y Capacitación de Operador de Telemarketing y WhatsApp Marketing:

- **Entregable:** Contratación de mínimo 3 operadores capacitados en atención al cliente y ventas consultivas.
- **Cantidad:** 3 operadores.
- **Descripción:** Selección y capacitación de un operador de telemarketing con habilidades en atención al cliente, técnicas de ventas consultivas y conocimiento del producto o servicio para generar conversiones efectivas. El operador debe ser capaz de manejar tanto consultas de clientes como cerrar ventas mediante un enfoque consultivo.

Integración de gestiones de telemarketing con campañas digitales:

- **Entregable:** Coordinación entre telemarketing y campañas digitales.
- **Cantidad:** Integración continua durante la campaña.
- **Descripción:** Establecimiento de procesos y herramientas para asegurar la integración efectiva entre las campañas digitales (captación de leads) y las gestiones de telemarketing. Esto incluye la transmisión fluida de leads cualificados desde el marketing digital hacia el equipo de telemarketing y asegurar que las estrategias de contacto, seguimiento y cierre de ventas estén alineadas.

Generación de Leads Cualificados:

- **Entregable:** Captación mínima de 500 leads cualificados.
- **Cantidad:** 500 leads cualificados.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono: (601) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ADOr006
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL	VERSIÓN: 10
	INFORME	VIGENCIA: 2024-09-02
		PAGINA: 5 de 6

- **Descripción:** La campaña de telemarketing debe generar un mínimo de 500 leads cualificados, definidos como cualquier persona que complete el registro de solicitud de información en las campañas digitales. Se implementarán estrategias de contacto efectivo y personalización del servicio para captar estos leads, asegurando que el proceso esté orientado a la conversión de prospectos.

Conversión de Leads en Inscripciones Efectivas:

- **Entregable:** Conversión de al menos el 10% de los leads en inscripciones efectivas.
- **Cantidad:** 50 inscripciones efectivas.
- **Descripción:** Se espera que al menos el 10% de los 500 leads captados (es decir, 50 leads) se conviertan en inscripciones efectivas al programa. El operador de telemarketing debe utilizar técnicas de ventas consultivas, ofreciendo información detallada, resolviendo dudas y guiando al lead a lo largo del proceso de inscripción.

Informe de Desempeño y Conversión:

- **Entregable:** Informe mensual de desempeño de telemarketing, incluyendo número de leads gestionados, conversiones y análisis de resultados.
- **Cantidad:** 1 informe mensual.
- **Descripción:** Generación de informes periódicos que incluyan métricas clave como el número de leads gestionados, la tasa de conversión de leads en inscripciones, y otros datos relevantes para evaluar la efectividad de la estrategia de telemarketing. Este informe permitirá realizar ajustes y mejorar el desempeño de las campañas.

4. Especificación 4 - Entregables para Publicidad en Medios Externos y Pautar con Emisoras

Emisión de Cuñas Radiales:

- **Entregable:** Emisión de cuñas radiales para promoción.
- **Cantidad:** 40 cuñas radiales regionales y 30 cuñas radiales nacionales (20 segundos cada una) por cada campaña.
- **Descripción:** Producción y emisión de cuñas radiales de 20 segundos cada una, con contenido promocional sobre la oferta posgradual. La emisión debe cubrir el dial FM en el nivel regional de la Sabana Centro y sus alrededores y nacionales, y La cuña debe estar diseñada para captar la atención de la audiencia local y promover la inscripción en el programa.
- Estas cuñas deben de realizarse en los meses de inscripciones de los programas del Instituto de Posgrados.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono: (601) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ADOr006
	PROCESO GESTIÓN DOCUMENTAL	VERSIÓN: 10
	INFORME	VIGENCIA: 2024-09-02
		PAGINA: 6 de 6


DIEGO ALEJANDRO MATALLANA QUIROGA
 Gestor de Compras