

1.EQUIPO

Tarjetas de presentación

Eduardo Calanadria

TARJETA DE PRESENTACION	NOMBRE: <u>Eduardo Calandria</u>
	PROFESIÓN/OFICIO: <u>Informático/ Docente / Community Manager/Operador Drones /Audiovisual</u>
	MI EXPERIENCIA: <u>Crear contenido creativo Audiovisual y Fotografía, Manejo Profesional de Redes Sociales</u>
	MIS TALENTOS QUE PUEDO PONER A DISPOSICION DEL EQUIPO: <u>Marketing Digital y Manejo Profesional de Redes Sociales, disenos de APP</u>
	MIS RECURSOS QUÉ PUEDO PONER A DISPOSICION DEL EQUIPO: <u>Horas de Trabajo y coordinación,Pc de alto rendimiento, Drones, Ediciones</u>

Sebastian Garcia

TARJETA DE PRESENTACION	NOMBRE : <u>Sebastian Garcia</u>
	PROFESIÓN/OFICIO: <u>Estudiante Ing. Mecatronica y Diseño Industrial</u>
	MI EXPERIENCIA: <u>Diseño y construcción partiendo de la forma y la función a problemas específicos de ingeniería en el día a día. Desarrollo de videojuegos. Impresión 3D.</u>
	MIS TALENTOS QUE PUEDO PONER A DISPOSICION DEL EQUIPO: <u>Modelado 3D, programación POO, optimización de recurso, Design thinking.</u>
	MIS RECURSOS QUÉ PUEDO PONER A DISPOSICION DEL EQUIPO: <u>Modelado CAD (Solidworks), Diseño y programación en Unity, impresión 3D.</u>

2.MAPEO DE ECOSISTEMA

ACTORES:

Cliente, Community Manager, Camarógrafo, Fotógrafo, Creativo, Diseñadores, Editores, Locutor, Público de Consumo

RECURSOS:

Productos del Cliente, Red de Comunicación, cámaras de Fotos/ Video, Pc, Software Edición, App Redes Sociales, Software de Gestión de Contenidos, Software de Analíticas, Creatividad para Campañas publicitarias, Estrategia de Marketing, Voz Locutor, Segmentación y pautas.

ORGANIZACIÓN (actores y recursos):

Cliente tiene una necesidad de comunicación o venta

Contrata una Empresa para establecer estrategias con el fin de tener presencia de marca Engagement, y vender más.

Se establece una estrategia de Marketing, en base a ello se genera contenido fotografía/video con un fin específico.

Esto se publica con ciertas condiciones estratégicas, se segmenta y pauta.

Se realizan analíticas para evaluar si los resultados obtenidos son los deseados.

El cliente debe ver los resultados en su necesidad inicial planteada (ventas).

IDENTIFICAR BARRERAS/VACÍOS Y OPORTUNIDADES

Las Barreras en este caso es que se puede establecer una muy buena estrategia de Marketing pero si el producto que se vende es de mala calidad o difiere de lo ofrecido, igualmente los resultados serán malos pese a la Estrategia.

Otra dificultad es que el cliente sabe que la realidad de hoy indica la venta y presencia a través de Redes Sociales pero a la hora de evaluar o aportar desde su posición no entiende la mecánica del mundo del Marketing Digital.

Oportunidad es que el aislamiento generado por el COVID-19 las muchas empresas ven como oportunidad de venta y llegada al público las Redes Sociales y todo lo Web, por lo que esta epidemia generó una urgencia por sumarse a esta operativa para no quedar aislado del cliente.