

Posicionamiento en Redes Sociales como Instagram y Facebook para la marca Vaneliz

Elizabeth Cristina Gonzalez
Institución Tecnológico de Antioquia
eligonzago89@gmail.com

Diana Marcela Benítez
Institución Tecnológico de Antioquia
dianabe16@hotmail.com

Resumen

El *Marketing* digital ha marcado un gran cambio en la forma de cómo las empresas gestionan sus sistemas de mercadeo e interacción con los consumidores y el movimiento de los medios. Las MI PYMES hoy en día representan el motor de la economía en Latinoamérica con más del 80% de las empresas en la región. Sin embargo, la competitividad a nivel global es fuerte, por lo que hemos apostado por el uso del marketing digital para optimizar su rendimiento en el mercado y disminución de costos. Por lo tanto, el propósito de esta investigación, es establecer las estrategias de impacto en cuanto a posicionamiento de herramientas tecnológicas y aplicaciones como Facebook e Instagram para la marca Vaneliz, apalancando la marca para que también logre un posicionamiento en el mercado y pueda competir con marcas de renombre las cuales obtienen muy buenos resultados gracias a sus estrategias innovadoras y adaptación al mercado. La metodología utilizada es Cualitativa en un nivel descriptivo y empírico. Los resultados hallados muestran el bajo posicionamiento de la marca Vaneliz, la importancia y la necesidad de adaptación al mercado que constantemente se encuentra cambiante, además de la realización de estudios de mercadeo los cuales puedan servir de base para proporcionar un punto de partida con los cuales se definan estrategias y planes de acción radicales que ayuden a realizar una incursión en el *Marketing* digital y de esta manera impactar el mercado, por diferentes ángulos, logrando: aumento de ventas, captación de nuevo público objetivo, generar recordación y posicionar la marca para que pueda competir en el mercado con marcas reconocidas.

BIBLIOGRAFIA Y CIBERGRAFIA

Estrategias de Marketing para el posicionamiento de los productos textiles artesanales del distrito de Huamachuco 2014 (2019) recuperado septiembre 27 de 2019, tomado de : http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4615/seguraromero_elita.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Juan c Mejia, Marketing Digital (2019). estadísticas de redes sociales 2019: usuarios de facebook, twitter, instagram, youtube, LinkedIn, WhatsApp y otros. recuperado 17 Noviembre de 2019 a partir de : <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>