



**ESTRATEGIA DE PROMOCION DE LATINO AUSTRALIA EDUCATION EN
REDES SOCIALES**

Luis Camilo González Ramírez

**Trabajo de Grado para optar por el título de Magíster en Administración de
Empresas**

**Director del trabajo de Grado:
Carlos Enrique Ramírez Robledo**

**Universidad Icesi
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Cali, Abril de 2011**

RESUMEN

Este trabajo se realizó con el fin de determinar una estrategia de promoción para Latino Australia Education que tenga como objetivo aumentar la visibilidad de la compañía y el valor que esta ofrece a sus clientes a través de sus servicios. Dentro de las alternativas para hacer promoción se determinó que el “Social Media” cumple con las necesidades para cumplir dicho objetivo y dentro de la gama de soluciones se identificó que la herramienta de mayor potencial es la red social Facebook cuyas aplicaciones permiten llegar a un gran número de clientes potenciales, segmentar los grupos objetivo, realizar aplicaciones que permitan incrementar la interacción con los usuarios, entregar de manera más amigable el contenido que se quiere promover, permitiendo que los seguidores interactúen con la compañía y ayuden a orientarla hacia el mercado. Además de lo mencionado la conclusión encontrada es que en la medida en que la estrategia logre implementarse de manera adecuada y pueda ser perdurable en el tiempo va permitir no solo entretener e informar a los seguidores sino que van a ser estos quienes se van a encargar de aumentar la visibilidad de la misma a través de los usuarios de Facebook. De igual manera los indicadores de desempeño van a medir la efectividad en la implementación de la estrategia la cual si bien es una herramienta de promoción que no tiene altos costos es “frágil” debido a las personas que pertenecen a la red social de Facebook no buscan que les vendan productos sino que los informen y entretengan y por tal motivo la medición de su efectividad dependerá que esta perdure, sea exitosa y produzca ingresos para la compañía.

Palabras Clave: Facebook, Social Media, Promoción, Estrategia, Usuarios

SUMMARY

This work has been prepared with the objective of developing a promotion strategy for Latino Australia Education; this strategy aims to increase visibility and added values offered to clients through the company services. Among reviewed alternatives was determined that Social Media complied with the stated objective indicator and that Facebook whose applications allow to reach a wide target audience -objective clients-, segment them and the creation of an improved business to client interaction, a friendlier approach for the content delivery that the organization is aiming to promote-; Using this methodology a deeper, closer interaction will insert the company onto the market.

The main conclusion is that if the strategy is successfully implemented and time lasting this will allow the company to entertain and inform its followers this will be on the medium – long term translated into an increased visibility through Facebook. It is also important to mention that performance indicators will measure the effectiveness of this strategy that despite being oriented to promote and market the organization does not have a high cost for implementation but it is fragile due to the sensitivity of the aimed target audience not interested into being offered a product or service but to be entertained and informed hence measuring the effectiveness will be dependent on the long term support, success and a high income generator for Latino Australia Education.

Key Words: Promotion, Strategy, Social media, Facebook, followers

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	3
1. ANTECEDENTES	5
1.1 ANALISIS DEL CLIENTE OBJETIVO	7
1.1.1 Aplicantes por género, edad y nacionalidad	7
1.1.2 Aplicaciones y cancelaciones por edad y nacionalidad	8
1.2 CARACTERISTICAS DEL CONSUMIDOR	9
1.3 LAS 4 PS DE LAE	10
2. REFERENTE TEORICO: SOCIAL MEDIA	12
3. LA ESTRATEGIA	18
3.1 MAPA DE LA ESTRATEGIA	18
3.2 CREANDO LA PAGINA CORPORATIVA	20
3.3 CONSTRUYENDO EL NUMERO DE FANS	20
3.3.1 Aplicación No. 1	21
3.3.2 Aplicación No. 2	22
3.3.3 Aplicación No. 3	22
3.3.4 Aplicación No. 4	23
3.3.5 Aplicación No. 5	24

3.3.6 Aplicación No. 6	25
3.4 CONSTRUYENDO EL CONTENIDO	27
3.4.1 Tabs Sugeridas	28
3.4.2 Contenido Diario	30
3.5. INDICADORES DE DESEMPEÑO DE LA ESTRATEGIA	30
3.5.1 USUARIOS	31
3.5.2 CARACTERISTICAS DEMOGRAFICAS DE LOS USUARIOS	32
3.5.3 ACTIVIDADES	33
3.6 LIMITANTES DE LA ESTRATEGIA	34
3.7 POTENCIALIDAD DE LA ESTRATEGIA	35
4. CONCLUSION	35
5. RECOMENDACIONES	36
6. BIBLIOGRAFIA	38
7. ANEXOS	39
7.1 ANEXO No. 5: MATRIZ DE ACTIVIDADES	40

INTRODUCCION

El presente trabajo se enmarca en la necesidad que tiene la empresa Latino Australia Education para aumentar la visibilidad de su marca y dar a conocer a sus clientes potenciales alrededor de Latino América y España la propuesta de valor que ofrece la compañía través de sus servicios. El objetivo es determinar el tipo de medio de comunicación con el cual puede promoverse Australia, su educación y las ventajas competitivas de la compañía mediante su continua innovación de procesos, desarrollando una estrategia de promoción que sea sostenible en el tiempo y llegue a un alto número de clientes potenciales, construyendo así un vinculo educativo de largo plazo entre las instituciones educativas australianas y el mercado educativo en Latino América.

La promoción a través del medio de comunicación seleccionado tendrá por objeto posicionar la compañía y su propuesta de servicios dentro de las personas entre 16 y 35 años que buscan realizar estudios de idiomas, pregrado o posgrado en Australia.

El método de investigación seleccionado fue el lógico deductivo con el cual se da una descripción del social media, se determinan sus casos de éxito y cómo a partir de la observación de estos puede establecerse el medio de promoción más efectivo y las aplicaciones que pueden dar respuesta a la necesidad de LAE para llegar a su cliente objetivo promoviendo sus servicios.

El primer capítulo describe la empresa, sus servicios, la propuesta de valor hacia sus clientes, las herramientas que utiliza para realizar promoción y ofrecer sus servicios.

También se hace una descripción del su cliente objetivo, los factores que lo impulsan a adquirir los servicios ofrecidos por Latino Australia y desde el punto de vista de promoción cual es su necesidad y, como poder llegar a mas clientes y expandir la presencia de su marca.

El segundo capítulo explica el concepto de “Social Media” y su importancia como herramienta de promoción para empresas que no tienen grandes recursos para mostrar su marca en medios masivos como televisión y radio. Además, se explica el potencial de las redes sociales para hacer promoción a bajo costo, en especial Facebook, y sus aplicaciones para la promoción de productos y servicios a través de la web. El tercer capítulo formula la estrategia de promoción en Facebook para que Latino Australia Education logre su objetivo de aumentar la presencia de su marca y dar a conocer a sus clientes potenciales Australia y su educación. A través de un mapa se definen los puntos relevantes a desarrollar, con el fin de tener una posición sólida en esta red social con actividades conducentes a tener un mejor posicionamiento en los motores de búsqueda por medio de concursos para generar volumen de usuarios, promociones y contenido.

Los capítulos cuarto y quinto determinan los parámetros para evaluar la efectividad y como día a día se puede determinar el éxito del contenido publicado, con el fin de hacer más visible a través del Social Media a Australia, su educación y los servicios ofrecidos por Latino Australia Education. Igualmente, se indican una serie de limitantes y potencialidades que tiene implementar la estrategia propuesta. En la medida en que el contenido entregado a los usuarios sea de interés, el éxito de la estrategia planteada estará asegurado y la marca será divulgada gracias a los mismos usuarios.

1. ANTECEDENTES

Latino Australia Education (en adelante LAE) es una organización que tiene como objeto representar en Latino América y España las instituciones educativas de Australia. En sus 12 años de experiencia se ha destacado por brindar de manera gratuita asesoría personalizada a personas interesadas en realizar estudios de inglés, cursos técnicos, intercambio, licenciaturas, posgrados, maestrías y doctorados en ese país. Cuenta con 32 oficinas en 11 países (Ver anexo No. 1 Organigrama de las oficinas) y profesionales expertos en educación australiana acreditados por el Gobierno de Australia a través del Departamento de Inmigración y Ciudadanía como Qualified Agent Counsellors, lo cual garantiza la excelencia, veracidad y profesionalismo de la consejería a sus futuros estudiantes¹. Además de esto el 80% del personal de LAE ha realizado estudios o ha sido entrenado en Instituciones Australianas, lo cual contribuye a brindar una mejor asesoría.

Durante el año 2010 el número total de estudiantes que aplicaron e iniciaron estudios en Australia fue de 2.362 de los cuales 1.402 optaron por cursos de inglés, 668 pregrado y posgrado, 212 cursos técnicos y 80 cursos de intercambio en universidades Australianas².

LAE tiene un portafolio de servicios en su mayoría gratuitos, que incluye: información sobre las instituciones educativas más reconocidas de Australia, evaluación de costos de estudios, opciones de alojamiento, alimentación, transporte, gastos generales, tarifas aéreas, becas y promociones. Así mismo brinda asesoría sobre las ciudades en Australia,

¹ PIER ON LINE QEAC - <http://www.pieronline.org/eatc/> - copyright International Services (IES)

² Fuente: Base de Datos LAE - http://cali.latinoaustralia.com/lae_database/ Copyright Latino Australia Education.

estilo de vida, cultura y clima, elección del programa de estudios, institución educativa, materiales de aplicación, presentación de la guía con instrucciones necesarias para tener en cuenta antes de partir, trámites de visa, certificación de documentos, reserva de tiquetes aéreos, soporte y apoyo a las necesidades del estudiante durante su estadía en Australia y trámite de extensión de visa.

LAE representa a más de 160 instituciones educativas en Australia, entre éstas a 38 de las 40 universidades australianas dentro de las cuales se encuentran las universidades del Grupo de las Ocho (Go8)³, catalogadas como las más reconocidas y prestigiosas del país⁴. Con el fin de de promover todos sus servicios la compañía tiene una fuerte presencia en Internet por medio de sus portales especializados donde se encuentra todo tipo de información para adelantar estudios en Australia, tanto en español como en portugués. Su principal portal es: www.latinoaustralia.com.

LAE desde sus inicios ha promovido sus servicios en medios como: periódicos locales, revistas, páginas amarillas e Internet, sin embargo, gracias al potencial de éste último y a la efectividad de dicha herramienta frente a los demás medios previamente utilizados, decidió enfocar sus esfuerzos de promoción en Internet, específicamente en Google ads⁵. En adición a esto, y gracias a una estrategia de subasta y densidad de palabras clave, LAE hoy está posicionada en el primer puesto en los motores de búsqueda para todo lo relacionado con estudios universitarios, pregrados, posgrados, cursos de ingles, intercambios y demás cursos relacionados con educación en Australia⁶. Hoy LAE

³ <http://www.go8.edu.au/> - The Group of Eight Ltd | ACN 089687990 | PO Box 6229 O'Connor ACT 2602 | 101 Northbourne Ave Turner ACT 2612

⁴ <http://www.timeshighereducation.co.uk/> - Ranking del Times Higher - © 2010 TSL Education Ltd

⁵ <http://www.adwords.google.com> Adwords.google.com - ©2011 Google

⁶ www.google.com/sktool/ - ©2011 Google

compite con aproximadamente 80 agencias que ofrecen educación en Australia y otros países, lo cual muestra que cada vez la competencia es mayor en el mercado de estudios en el exterior, por lo que deben identificarse alternativas de promoción que hagan más visible la propuesta de valor de LAE hacia sus clientes potenciales en Latino América, España y Australia.

1.1 ANALISIS DEL CLIENTE OBJETIVO

El cliente objetivo se ha podido caracterizar gracias a un análisis estadístico que se hizo al tomar información de las aplicaciones registradas desde el año 2007 hasta el año 2010 en la base de datos de LAE. Los principales resultados de este análisis se presentan en las 4 tablas que hay a continuación. El detalle del análisis se encuentra en el Anexo. No. 2 - Análisis Estadístico de los clientes de LAE.

1.1.1 Aplicantes por género, edad y nacionalidad:

En las tablas 1 y 2 se puede observar que de un total de 6.658 aplicantes que hubo en el periodo comprendido entre Enero de 2007 y Enero de 2010, hay una diferencia de 10% en la distribución entre hombres y mujeres. En términos de edades en el rango entre 26 y 35 años se encuentra la mayor concentración de estudiantes, en gran parte porque Australia les ofrece no solo la posibilidad de mejorar su estatus académico sino también la posibilidad de iniciar un nuevo proyecto de vida.

Tabla No. 1: Distribución de aplicantes por género y edad

Género	Total %	EDAD			
		16 a 20	21 a 25	26 a 30	31 a 45
		%			
Hombres	40	42	39	37	45
Mujeres	30	36	31	31	27
Sin registro	30	22	30	32	28
TOTAL	6658	512	1720	2462	1636

Fuente: base de datos de LAE – soportada en SQL

Tabla No. 2: Distribución de aplicantes por nacionalidad

Género	Total %	NACIONALIDAD							
		Australia	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	México	Perú	Venezuela
		%							
Hombres	40	8	29	49	34	58	38	42	60
Mujeres	30	12	20	31	32	39	28	33	34
Sin registro	30	80	51	20	34	3	34	25	6
TOTAL	6658	250	651	1136	1965	171	992	929	564

Fuente: base de datos de LAE – soportada en SQL

1.1.2. Aplicaciones y cancelaciones por edad y nacionalidad:

- La tabla No.3 se muestra la distribución por géneros y edades de los aplicantes de cada país; El cliente potencial de LAE tiene una edad ubicada en el rango 16 - 35 años, con una concentración mayor en el rango 20 – 30 años. La ocupación de estas personas va desde bachilleres hasta estudiantes, y profesionales.

Tabla No. 3 Distribución de aplicantes por edad y nacionalidad

País	Total %	GÉNERO		EDAD				
		Hombres	Mujeres	16 a 20	21 a 25	26 a 30	31 a 55	
		%						
Australia	Canceló	10	11	16	6	12	9	7
	Inició	90	89	84	94	88	91	93
TOTAL	250	19	32	16	60	108	55	
Brasil	Canceló	27	24	31	16	24	32	24
	Inició	73	76	69	84	76	68	76
TOTAL	651	187	135	43	214	233	147	
Chile	Canceló	16	17	14	20	14	12	17
	Inició	84	83	86	80	86	88	83
TOTAL	1136	558	347	40	185	422	433	
Colombia	Canceló	26	26	28	25	27	23	23
	Inició	74	74	72	75	73	77	77
TOTAL	1965	672	629	108	522	761	399	
Ecuador	Canceló	23	23	26	17	28	21	28
	Inició	77	77	74	83	72	79	72
TOTAL	171	100	66	35	47	57	29	
México	Canceló	17	18	16	12	13	16	19
	Inició	83	82	84	88	87	84	81
TOTAL	992	381	273	83	346	353	174	
Perú	Canceló	21	20	20	27	18	18	21
	Inició	79	80	80	73	82	82	79
TOTAL	929	390	308	95	188	350	267	
Venezuela	Canceló	36	38	33	41	31	33	42
	Inició	64	62	67	59	69	67	58
TOTAL	564	336	192	92	158	178	132	

Fuente: base de datos de LAE – soportada en SQL

1.2 CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR

Los clientes objetivo de LAE, hombres y mujeres entre 16 y 35 años, poseen una serie de características que afectan su comportamiento al momento de demandar los servicios que se ofrecen, estas características pueden ser resumidas en tres factores que durante 12 años de estar operando la compañía, sus asesores han definido como las influencias directas para usar los servicios de LAE.

Factores Educativos:

Desde una edad promedio de 15 años los estudiantes en Latinoamérica y sus padres pertenecientes a un estrato socioeconómico medio alto y alto, están fuertemente influenciados con la idea de internacionalizarse. Aprender otro idioma ha pasado de ser un bien de lujo a una necesidad para el desarrollo personal y profesional de los estudiantes, esto sumado a un interés particular de los jóvenes por buscar crecimiento profesional en otros destinos como Australia a través de posgrados.

Factores Económicos:

Existe un subgrupo de clientes que no impulsados en primera instancia por su crecimiento intelectual, están más motivados por la falta oportunidades económicas y por este motivo ven en un país como Australia la posibilidad de encontrar nuevas oportunidades para sus vidas.

En resumen los dos factores mencionados influyen en la decisión para adquirir este tipo de producto (educación australiana): el primero tiene el dinero y desea invertirlo en conocimiento y status obtenido a través de educación; el segundo no tiene trabajo o las condiciones laborales no son las más adecuadas en su país y hace un esfuerzo por medio de préstamos y venta de bienes para lograr tener los fondos y así adquirir el producto educativo.

Factores Sociales:

El 80% de los clientes de LAE se enteran de la marca y adquieren sus servicios gracias a lo que se conoce como referidos, lo cual tiene un efecto en 2 sentidos: una persona que viaja a Australia y obtiene buenos resultados extiende la voz a todos sus conocidos incentivándolos a hacer lo mismo, de la misma forma una persona que no obtiene lo que busca en Australia también hará sus comentarios sobre la mala experiencia.

1.3. LAS 4 Ps DE LAE

Actualmente LAE está ofreciendo la siguiente mezcla de Marketing a sus clientes:

- **Productos:** Cursos de Inglés, cursos Técnicos, pregrados desde, postgrados, foundation year (año preparatorio), study abroad (intercambio universitario).
- **Precio:** El precio es fijado por las instituciones de manera estándar para todos los agentes del mercado y con el cual no puede hacerse alguna diferenciación. El valor promedio de un curso de Inglés por 6 meses es de \$ 12 millones de pesos colombianos, una Maestria \$18 millones (semestre) y un curso técnico \$10 millones.

LAE recibe por cada estudiante enviado a las instituciones que representa una comisión del 25% sobre el valor total del curso de inglés, 10% sobre el valor del primer año del pregrado, posgrado o año de intercambio, y 20% por el valor del primer año del curso técnico.

- **Plaza:** como se muestra en el anexo No. 1 todas las oficinas de LAE están ubicadas de manera estratégica en uno o más puntos de los países donde se tiene presencia; la imagen y logos van expuestos en toda la oficina dentro y fuera, el objetivo es dar una experiencia agradable y lo más importante generar la confianza en producto. Al adquirir

educación en Australia el cliente no solo está pagando un valor por un producto de alta calidad, también está tomando la decisión de asumir un nuevo rol de vida.

- **Promoción:** Es en este aspecto donde la compañía puede marcar la diferencia frente a sus competidores, mostrando a los clientes potenciales sus fortalezas como líderes del mercado. En la promoción los clientes van a conocer sobre Australia y su oferta educativa, además de las ventajas de hacer el proceso a través de LAE. No obstante, no solo se requiere llegar uno a uno por medio del voz a voz, se requiere una herramienta que aumente la visibilidad de la marca de LAE, para lograr este propósito se es consciente de la importancia que tienen las páginas web de la compañía en la medida en que estas son su carta de presentación al contener todo aquello que se quiere informar y promover (ver anexo No. 3 volumen de visitas de las páginas web de LAE), es aquí donde se determina el motivo de estudio de este trabajo, en cómo generar un efecto multiplicador que, además de mantener las actuales entradas a las páginas de la empresa, pueda a través de medios en la web hacer que más gente recomiende los servicios de LAE. El Social Media es en este caso la herramienta de comunicación a evaluar para manejar el objetivo de promoción de la compañía, ya que este medio maneja altos volúmenes de personas, es económico si se usa de manera adecuada y produce el efecto multiplicativo que LAE está buscando. El capítulo que sigue a continuación tendrá por objeto identificar el potencial y limitaciones del “Social Media” para plantear la estrategia de promoción de la compañía en la web.

2. REFERENTE TEORICO: SOCIAL MEDIA

El presente capítulo tiene por objeto dar una descripción del social media, determinar sus casos de éxito y como a partir de la observación de estos puede establecerse el medio de promoción más efectivo y las aplicaciones que pueden dar respuesta a la necesidad de LAE de llegar a más público promoviendo sus servicios. Social Media es definido por Safko y Brake (2009) en su libro *The Social Media Bible* como “*todas las actividades, prácticas y comportamientos alrededor de comunidades de personas con conectividad a Internet y que estando online comparten información, conocimiento y opiniones usando plataformas que facilitan la conversación y permiten estandarizar los contenidos (textos, videos, audios, fotos, presentaciones) a través de protocolos de Internet*”.

El efecto de anunciar un producto o servicio en televisión, radio o prensa ha ido perdiendo valor, ya que es un mensaje que se emite según el criterio del anunciante en un número limitado de veces y el cual no puede medirse en términos de su efectividad. Si bien una campaña exitosa puede incrementar las ventas de una compañía, los equipos de medición de rating no pueden determinar de manera exacta a cuántas personas llegó y cuántas de estas son clientes potenciales para la compañía, además no existe el efecto viral que se describirá mas adelante, aquel que permite que los clientes potenciales recomienden un producto o servicio de manera voluntaria y constante si la empresa logra ser lo suficientemente creativa para retener a sus usuarios. Hoy uno de los medios más efectivos para segmentar con precisión, medir el número de clientes al cual se llega y evaluar el impacto en tiempo real que tiene una promoción es el llamado “Social

Media” y de manera particular la red social Facebook que cuenta con más de 500 millones de usuarios⁷.

Cuando se promociona en medios típicos llámese TV, radio y/o periódicos, la persona tiene la posibilidad de cambiar el canal, el dial o saltar la página si lo que ve o escucha no es de su gusto. Además la imposibilidad para que el usuario envíe sus comentarios de inmediato o intercambie con sus amigos el impacto del mensaje que acaba de recibir sin necesidad de llamarlos o buscarlos, convierten estas herramientas en medios de promoción altamente costosos, inflexibles y de poca interacción con el usuario. Según el libro The Social Media “Marketing Book” escrito por Zarella (2010) el Social Media está compuesto por blogs y micro blogs (Twitter), redes sociales como Facebook, LinkedIn, Hi5, MrWong, Orkut y MySpace, medios para compartir material audiovisual como Youtube y Flickr, sitios de votación, bookmarking como Digg y Reddit que sirven como herramientas para organizar los sitios más visitados por las personas en la red, y espacios donde los cibernautas pueden representar otra vida en mundos virtuales como Second Life. Además menciona cómo las nuevas tecnologías web han hecho más fácil para todos el crear y distribuir sus propios contenidos. Al Presidente Barack Obama se le atribuye que gran parte de su votación haya sido generada a través de la promoción de sus ideas y programas por medio de Facebook y Twitter.

Pertenecer a un grupo social siempre se ha considerado como una necesidad de la mayoría de los seres humanos, es algo que se le inculca a la persona desde niño en la medida en que socializar implica desarrollarse públicamente, interactuar con otros individuos, aprender y obtener beneficios de los grupos, según el diccionario

⁷ <http://www.insidefacebook.com/2010/07/21/facebook-announces-500-million-users-stories-application/> - ©2011 Inside Network, Inc. [Facebook Marketing Bible](#)

enciclopédico Planeta (tomo 5, p. 2296) “*los grupos sociales son la forma de expresión donde una voz activa o pasiva expresa un retorno directo o indirecto de las acciones sobre los sujetos en un sistema de formas verbales comunes al lenguaje*”. El “Social Media” entonces permite que las personas pertenezcan a grupos sociales e intercambien información de manera sencilla, siendo a su vez una herramienta para que las empresas puedan promocionar y llegar a sus clientes de forma masiva y a la vez personalizada. No obstante, así como puede ser una herramienta exitosa si el producto o servicio excede las expectativas del cliente, una falla en el servicio, la promoción o el producto puede ocasionar que miles de personas lo sepan y lo informen sin que la empresa pueda tener control sobre esto. Por eso al momento de montar una estrategia en “Social Media” hay que asegurarse de tener el mejor producto y el mejor servicio al cliente, porque hablar y compartir información es parte de la naturaleza humana al igual que criticar, y para esto debe construirse una fuerte campaña de comunicación que vaya de la mano con la estrategia de la compañía frente a sus clientes. En el *Social Media* no hay control sobre las conversaciones pero si el contenido es de calidad va a poder constituirse una relación duradera con los clientes.

De acuerdo con Safko y Brake (2009) en “The Social Media Bible” el éxito de una estrategia de comunicación en los medios sociales radica en los siguientes 4 aspectos:

- 1. Comunicación:** transmitir información por medios electrónicos a más de un usuario quien a su vez puede reenviar la información con algunos comentarios (Tweets, Blogs, Facebook Wall Posts, Email masivos – E Marketing y Chat Rooms).
- 2. Colaboración:** soporte (servicio al cliente), solucionar problemas, asesorar o informar, colaborarle al cliente para que él con sus comentarios de agradecimiento o informando que le gusta el producto y el servicio, se encargue de masificar lo

importante de la compañía de manera gratuita y masiva, produciendo un sistema de colaboración en dos vías.

3. Educación: educar a los clientes y entrenar a los empleados, los medios sociales permiten llegar y educar de manera masiva e inmediata. Si una persona ha descargado música de Apple iTunes, sabe también que puede descargar clases de las más prestigiosas universidades a nivel mundial en diferentes áreas del conocimiento. De la misma manera las organizaciones pueden educar a través de videos, seminarios on line y aplicaciones que permiten subir temas en formatos pdf y power point.

4. Entretenimiento: si entretiene va a gustar, si gusta su contenido va a ser compartido, las grandes marcas han mostrado como entretener vende, para esto basta con ver la campaña de Sprite en Youtube: “Las chicas huelen tu desesperación⁸”.

El Social Media es una buena opción para desarrollar la estrategia de comunicación de una organización que no cuente con el músculo financiero para usar la televisión, la radio o los medios impresos. Si la campaña es lo suficientemente buena para perdurar en el tiempo y va a llegar a un alto número de clientes potenciales, no obstante este tipo de cliente es sensible si la comunicación con intereses comerciales es muy directa, lo cual para él anula el efecto independiente y de opinión que hoy ostenta el Social Media, por esto es muy importante pensar el tipo de información que el cliente potencial quiere que le entreguen al momento de elaborar una estrategia de comunicación y promoción.

El *Social Media*, en especial las redes sociales que según Zarella (2010) son la mejor herramienta para que la gente se conecte en la web con sus amigos a fin de intercambiar contenidos (información, fotos, videos, links, etc.). Siendo a su vez el medio más

⁸ <http://www.youtube.com/watch?v=-jyJDrQu2RM> - <http://www.sprite.com.ar/politicas.html>

atractivo para una empresa ya que todo tipo de información que la compañía entregue a sus seguidores, los usuarios y sus amigos van a verla y replicarla, lo cual se conoce como el efecto viral.

Treadaway y Smith (2010) definen al efecto viral en su libro “Facebook Marketing” como una forma de hacer mercadeo voz a voz y la posibilidad de propagarlo con el efecto multiplicativo de un virus: “la experiencia de una persona o recomendación puede ser fácil el entretenimiento de cientos sino miles de personas”. La figura No. 1 ilustra el efecto viral en Facebook donde los usuarios tienen la posibilidad de dar click en la imagen de “me gusta” que tienen las páginas corporativas si el contenido es de su interés. Al dar este click sus amigos van a ver que le gusta esto y estos a su vez se van a ver interesados por lo que le gustó a su amigo dando click también en “me gusta”, a su vez los amigos de los amigos van a ver esto y si se interesan también van a replicar la acción generando un efecto multiplicativo.

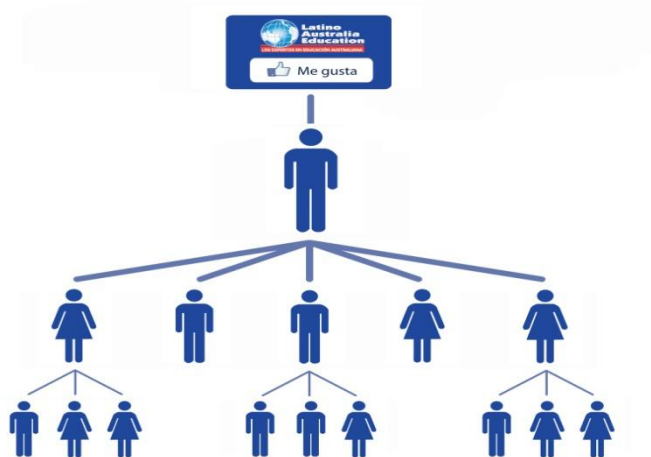


Figura No. 1 – “El efecto Viral”

Las redes sociales tienen su origen en 2002 con los sitios web Friendster.com y Match.com donde las personas publicaban sus fotos y perfiles en busca de amigos alrededor del mundo con intereses comunes. Posterior a esto en 2005 nace Myspace y

en ese mismo año Mark Zuckerberg crea “The Facebook” con el objeto de intercambiar contenidos sociales entre los estudiantes universitarios. Hoy Facebook tiene 500 millones de usuarios, que equivaldría en población, a ser el país más grande del mundo después de China y la India⁹. Hoy existen más de 128 Redes Sociales, las más usadas son Facebook, Hi5, Myspace, Twitter, los blogs, Budid, Orkut, Tianya, Xiaonei y MrWong; Adicional a estas están los administradores de contenido como Youtube siendo la página más usada en el mundo para el intercambio de video, y Flickr y Slide Share que permiten el intercambio de fotos y presentaciones. Estas redes permiten enviar información de manera pública y privada de tal manera que una empresa puede compartir promociones, concursos, noticias, imágenes, videos, asesoría, chats, correos, invitaciones a eventos y blogs de discusión.

Facebook de todos los medios sociales mencionados, es la herramienta de mayor potencial para los clientes de una compañía ya que es la red social más visitada en el mundo por los usuarios de Internet, tiene más aplicaciones que cualquier otro medio social y reúne o se integra con la mayoría de estos (youtube, blogs, permite la administración de fotos, presentación de archivos en formato PDF y power point).

Adicionalmente tiene la capacidad de llegar a más personas gracias a su efecto viral, se enlaza por medio de perfiles, páginas corporativas y avisos publicitarios con la página web de la empresa, segmenta la publicidad y mide diariamente el impacto de éste sobre sus clientes y además por medio de códigos Html – Fbml, le permite al usuario programar en web para personalizar su página corporativa. Por estas razones el desarrollo de este trabajo que busca construir la estrategia de promoción de LAE en los medios sociales se enfocará específicamente en Facebook como la red social que puede

⁹ <http://portafolio.com.co/archivo/documento/MAM-3516732> - Derechos de autor © 2011 CEET

impulsar el crecimiento de los clientes de la compañía y la expansión de la marca entre su público objetivo.

3. LA ESTRATEGIA

A lo largo de este capítulo se va a plantear la estrategia de promoción de LAE en Facebook ya que por las razones mencionadas al final del capítulo 2 será la Red Social elegida para lograr el objetivo de promoción y posicionamiento de marca, las aplicaciones, el contenido y los lineamientos con los cuales va ser medido el éxito de la promoción y expansión de la marca.

3.1 MAPA DE LA ESTRATEGIA

La figura No. 2 “mapa de la estrategia” tiene por objeto integrar todas las acciones planteadas y que deben ser desarrolladas para promocionar y posicionar la marca LAE en Facebook. Tiene dos acciones primordiales que son construir el número de fans y construir el contenido para interactuar con los fans. En construyendo el numero de fans se busca a través de la creación de una página corporativa en Facebook, que ésta este visible para todos los usuarios de Facebook, que los motores de búsqueda puedan indexarla, como a través de la alineación con todas las oficinas de la compañía se puede promover en sus ciudades países por medio de anuncios en Facebook que pueden ver todos los usuarios de Facebook en el mundo y como a través de aplicaciones en forma de Quiz, concursos, test, y promociones puede la pagina obtener un alto volumen de usuarios o “fans” . En construyendo el contenido se plantean 10 aplicaciones, 9 pestañas o “tabs” y 26 iniciativas de contenido diario que tienen como fin despertar el interés de los fans por Australia y LAE, generar clicks a la principal página web de la

compañía incentivando que busquen mayor información, dar asesoría sobre estudios en Australia, mostrar Australia y sus ventajas comparativas frente a otros destinos educativos y masificar la marca gracias a la interacción de los clientes con el contenido a través del “*efecto viral*”.

Figura No. 2 – Mapa de la estrategia



Fuente: elaboración propia

3.2 CREANDO LA PÁGINA CORPORATIVA

La activación del mapa estratégico tiene como prerequisite la construcción del Facebook Page. Dado que un perfil es utilizado para que una persona interactúe con sus amigos y comparta contenido, Facebook ha diseñado para las empresas una aplicación llamada Facebook Page, la cual como su nombre lo indica es una página para figuras públicas, marcas y empresas que quieran tener presencia en esta red. Con esta página se crea un foro abierto para interactuar con los clientes definidos por Facebook como fans.

El objetivo de la página corporativa es crear interés por parte de los usuarios de Facebook en Australia, la educación australiana y LAE como canal para estudiar en Australia, y una vez creado el interés genere un efecto viral comunicando a sus amigos de manera implícita que “le gusta” LAE y su contenido. Para crear una página corporativa, debe existir un perfil, en los menús de Facebook en la parte superior derecha está la opción para hacer esto donde la aplicación lleva paso a paso al usuario hasta tener una página constituida con una dirección URL. Al crear la página debe tenerse en cuenta que para ser indexada debe cumplir con ciertas pautas descritas en el anexo No. 4 (pautas para indexar una página de Facebook)

3.3 CONSTRUYENDO EL NÚMERO DE FANS

En la actualidad LAE cuenta con un perfil en Facebook y 5.000 amigos dentro de este perfil, además ya tenía una página corporativa que desde su inicio tuvo problemas por haber sido creada sin estrategia alguna, razón por la cual se está desarrollando este trabajo para tener una dirección en cuanto al tipo de promoción que se va hacer en la nueva página corporativa de LAE en Facebook. Para tales efectos se están proponiendo

10 aplicaciones, 6 de estas descritas a continuación y las 4 restantes explicadas en el anexo No. 6 (Aplicaciones No.7, 8, 9 y 10) que buscan tener un volumen de Fans en un rango entre 20.000 y 25.000 y 30 herramientas de contenido para interactuar con los Fans. Ambas iniciativas buscan promover a Australia como destino educativo, y promocionar los servicios de LAE. Lo anterior requiere integrar las oficinas de LAE con la iniciativa, motivarlas a usar facebook y sus avisos como herramienta de promoción.

NOTA: Tanto para cada aplicación como para el contenido se ha diseñado una matriz para integrar los responsables de cada área de la compañía, la actividad a desempeñar, el presupuesto de la actividad y los indicadores de desempeño. (Anexo No. 5 Matriz de actividades). En adición a esto se ha creado un reglamento estándar con el fin de dar forma a la responsabilidad de LAE en cada aplicación (Anexo No. 8)

3.3.1 Aplicación No. 1: Concurso

- Objetivo 2.000 Fans
- Nombre: Hazte Fan y gánate un Ipod Touch de Segunda Generación con capacidad de 8GB.
- Metodología: Este concurso consiste en sortear un Ipod Touch de 8GB como premio a todas las personas que dan click en “me gusta” o “I like” dentro de la página: <http://www.facebook.com/estudiar.en.australia.latinoaustralia.education>
- Promoción: Banner central en Latinoaustralia.com, e mail marketing a 28.000 personas que están dentro de la base de datos de LAE y Wall Posts con imágenes invitando a hacerse fans de la página y mensajes dentro del perfil de LAE en Facebook y la antigua página corporativa.

- Entrega del premio: una vez finalizada la fecha del concurso por medio de un programa que selecciona personas de manera aleatoria (www.latinoaustralia.com/LAE/aleatorioa:design.php) se escoge al ganador, se contacta y tanto concurso como entrega del premio se registra en fotos y video para ser publicado de manera inmediata en la página de Facebook y el canal de Youtube de LAE.

3.3.2 Aplicación No. 2: Promoción

- Nombre: “LAE quiere que encuentres todo en un solo lugar”.
- Promoción: Imágenes diseñadas para subir como aplicación FBML en el grupo antiguo de LAE y mensajes invitando a los amigos del perfil a hacerse Fans de la página corporativa de LAE.

3.3.3 Aplicación No. 3: Concurso

- Nombre: “Tómame tu foto en Australia y participa por un Ipad”
- Objetivo: 4.000 nuevos fans
- Metodología:

Opción No. 1: La persona en Australia se toma su foto, la sube en un álbum creado para el concurso en el Tab de Fotos, a su vez le cuenta a todos sus amigos para que den tantos “Likes” sobre la foto como sea posible, el concurso tendrá una duración de 30 días donde todos los amigos de la persona que publican su foto en Australia podrán dar “I Like” o “Me gusta” a la foto de su amigo, aquel que tenga más “Likes” será el ganador el día posterior a la finalización de los 30 días del concurso.

Opción No. 2: Se usa la misma metodología de la opción No. 1 pero el concurso estará soportado por una aplicación web desarrollada por wildfire.com que genera una interfaz

personalizada del concurso, además de estadísticas diarias para monitorear el desempeño de la aplicación y los usuarios,

NOTA: para ver precios, Tutorial y ejemplos de las aplicaciones de Wildfire.com ver Anexo No. 9

En este concurso se recurre al efecto viral para lograr el objetivo de la aplicación de la siguiente manera:

- 200 participantes suben su foto, cada uno tiene en promedio 100 amigos de los cuales se espera que al menos 20 hagan click en me gusta = 4.000 nuevos fans.
- Promoción: email marketing a todos los estudiantes con estatus: study course en Australia y a través de las oficinas de LAE en Australia y Facebook ads segmentados para que los estudiantes puedan verlos en Australia. (Número de estudiantes de LAE en Australia con el estatus requerido: 1773). El email marketing enviado tendrá un cambio inusual y usará imagen un video en formato .gif despertando el interés de los concursantes gracias al cambio en el formato.
- Se publicarán imágenes en formato jpg en los Wall del perfil, página corporativa y subgrupos del perfil promocionando el concurso y los “likes”.
- Objetivo No. 2: Promover Australia como destino educativo gracias al acceso de los fans y amigos de LAE a las fotos de los concursantes en Australia y al mismo tiempo incentivarlos por medio de mensajes para hacer “Like” en su foto predilecta.

3.3.4 Aplicación No. 4: Trivia

- Nombre: “Prueba tus conocimientos sobre Australia y su educación”
- Objetivo: 4.000 Fans, clicks a www.latinoaustralia.com.
- Premio: Cámara digital Sony Cyber Shot DSC – W350 14.1 Mega Pixeles.

- Metodología: Wildfire Trivia, por medio de las aplicaciones web de Wildfire se descarga una aplicación de Trivia de 5 preguntas que tienen su respuesta dentro del contenido de la página web de LAE.
- El ganador será seleccionado dentro de todos aquellos que contestaron de manera acertada a las 5 preguntas mediante el programa de selección aleatoria diseñado por el departamento de IT de LAE: www.latinoaustralia.com/LAE/aleatoria:design.php
- Promoción: Invitación con imágenes jpg a los Fans del grupo y amigos del perfil de LAE, invitación individual por medio del inbox del perfil, envío masivo a 30.000 prospectos de la base de datos de LAE.

3.3.5 Aplicación No. 5: Referenciador

- Nombre: “Hazte Referral de LAE y gana: 1er Referido Ipod touch de 8GB, 2do referido cámara digital, 3er referido Iphone, 4to referido Ipad”
- Promoción: Banner central en www.latinoaustralia.com, Facebook ads montados por cada oficina de LAE (ver anexo No. 10 Tutorial para crear anuncios en Facebook, para promoción de LAE), envío de e-marketing masivo a 150.000 prospectos de la base de datos, Jpg promocional en el perfil de facebook, subgrupos y página corporativa.
- Objetivo: 250 aplicaciones a cursos ofrecidos por LAE en Australia.
- Metodología: El concursante debe conocer al menos una persona que esté interesada en iniciar sus estudios en Australia, las condiciones de participación estarán en Facebook, un tab llamado “Hazte Referral” al final de las condiciones habrá un link que lo llevará a una subpágina de latinoaustralia.com donde debe llenar un registro con datos básicos, al finalizar su registro el sistema le dará un acceso al módulo de Referral Partner de la base de datos de LAE con un login y un password donde podrá ingresar la

información de sus referidos y con ese mismo usuario poder hacer seguimiento sobre cuales de sus referidos han aplicado e iniciado curso en Australia, la condición para la entrega de premios será que la persona haya obtenido su visa para iniciar sus estudios.

- Premios: Primer Referido: 1 Ipod Touch. Segundo referido: 1 Cámara Digital Sony Cybershot. Tercer Referido: 1 Ipad. Cuarto Referido: 1 Iphone 4
- Condiciones y entrega de premios: la entrega de premios se hará a cargo de la oficina que manejó el proceso del estudiante referido, como ya se mencionó solo si el referido tiene visa puede reclamar su premio, las condiciones y reglamento estarán tanto en facebook como en la página interna de latinoaustralia.com donde será subido el formulario de registro previamente revisado y aprobado por el departamento legal de la empresa.
- Reglamento: Pendiente por entrega del departamento jurídico y sujeto a aprobación de el desarrollo de la aplicación.

3.3.6 Aplicación No. 6: Promoción

- Nombre: “Aplica antes del 30 de septiembre de 2011 y llévate un kit por valor de AUD \$860 o \$1.831.000 en pesos colombianos, compuesto por: tiquete por 1 mes de transporte en la ciudad donde vas a hacer tu curso, Assist Card para tu viaje por 10 días, aplicación gratuita a la institución, recogida gratis en el aeropuerto, bono de mercado, sim card para tu celular en Australia y seguro médico durante tu estadía en Australia).
- Metodología: Solo aplica si eres Fan de LAE en Facebook, debe aplicar antes del 30 de septiembre de 2011, la promoción se realizará entre LAE y 6 instituciones seleccionadas en: Sydney, Brisbane, Perth, Adelaide, Melbourne y Gold Coast.
- Objetivo: aumentar el volumen de aplicaciones.

- Situación actual: Punto de equilibrio 5 aplicaciones con un ingreso promedio de AUD\$ 7.000
- Situación Esperada: Con la promoción se espera que el número de aplicaciones aumente a 10 en el mes para un ingreso de AUD\$ 14.000
- El Beneficio para el estudiante seria de: AUD \$ 940
- Si LAE asume AUD\$ 5.800 por los 10 estudiantes, su ingreso total menos el descuento seria de AUD\$ 8.200, AUD\$ 3.200 por encima del punto de además de incentivar el aumento el volumen de aplicaciones y generar un valor agregado para el estudiante frente a lo entregado por la competencia.
- Promoción: Banner en la parte superior de latinoaustralia.com, Facebook Ads de todas las oficinas de LAE siguiendo el tutorial desarrollado para éste propósito (Ver anexo No. 10), imágenes jpg para publicar en la página corporativa, perfil, subgrupos, invitaciones personales enviadas a cada uno de los amigos del perfil por medio del inbox, Email masivo a todos los prospectos de la base de datos de LAE (204.538 prospectos) y Flyers a repartirse en las oficinas de LAE unido a una campaña de los asesores para comunicar la promoción e incentivar la aplicación.
- Entrega de beneficios: Los beneficios serán entregados conforme el estudiante pase por las etapas requeridas:
 - Aplicación: Valor de la inscripción, recogida en el aeropuerto y valor de las matriculas.
 - Pago del curso: Al momento de hacer el pago a la institución por el curso, LAE hará el pago del seguro a través del convenio que tiene con Medibank

- Visa: una vez tenga el estudiante su visa LAE entregará Bono de mercado, Sim Card y tiquete de transporte para un mes en la ciudad de Australia donde va hacer su curso.
- Reglamento de la promoción: Esta irá ligada a las tres etapas de la aplicación, irá publicada en Facebook y en la página de latinoaustralia.com y será solo para estudiantes que apliquen a cursos de inglés de más de 20 semanas, cursos técnicos, de pregrado o posgrado.

3.4 CONSTRUYENDO EL CONTENIDO

Safko y Brake (2009) en “The Social Media Bible” mencionan como una comunidad fuerte no es precisamente una extensa comunidad. El error está en pensar que el volumen de Fans asegura el éxito y el posicionamiento de la marca, se puede estar midiendo el factor equivocado. El tráfico y la interacción son la clave si se quiere una estrategia de promoción, pensando muy bien cual es el tipo de audiencia al cual está llegando y cómo ésta va a sentirse motivada a hacer viral el contenido de la página.

Un estudio realizado por Jason Keith, Ellie Mirman, Justin Kistner y Justin Levi (2011) para Hubspot “Facebook Page Marketing 2011”, explica como facebook rankea la calidad de los posts mediante un algoritmo llamado “Edge Rank” el cual califica la calidad del contenido, número de actualizaciones ligadas al número de likes, shares y comentarios dados por los usuarios en la página, incluyendo todas las aplicaciones. Si el algoritmo determina buena calidad y alto grado de interacción va a actualizar en el “news feed” (pantalla que muestra todo el contenido actualizado por los amigos y páginas de las cuales el usuario es fan) de los fans el contenido de la página.

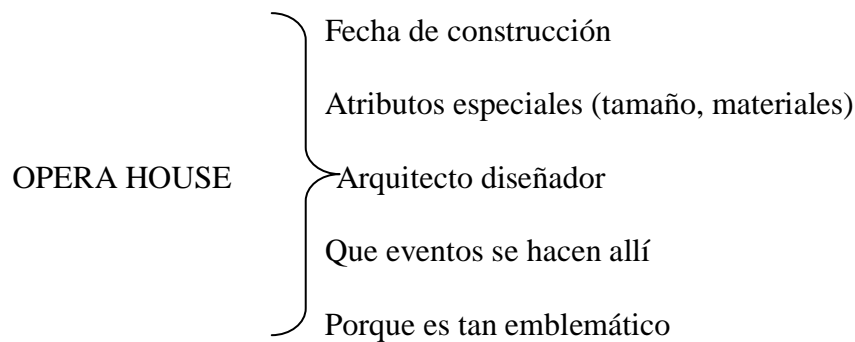
Si bien el punto anterior se trata de tener un volumen significativo de fans, incentivar el uso de los Facebook ads por parte de las oficinas de LAE para hacer promoción, masificación de la marca y generar clicks a latinoaustralia.com, el contenido es aquel que va a permitirle a LAE mostrar su marca, servicios, la estrategia de valor del negocio y promocionar todo esto.

El mismo estudio realizado para Hubspot concluyó que los fans buscan entretenimiento y buenas promociones en las páginas corporativas. Como recomendación debe colocarse entre 1 y 2 posts por día descritos a continuación:

3.4.1 Tabs¹⁰ Sugeridas

- Mapa con las oficinas de LAE, el objetivo de este Tab es desplegar una imagen en formato flash o .gif del Mapamundi donde al pasar el Mouse se despliegan los datos básicos de la oficina como email, dirección y teléfono.
- Australia en imágenes, aplicaciones en formato jpg en donde el usuario podrá ver las principales ciudades de Australia y sus principales referentes. Ejemplo: para Sydney el mostrará como punto de partida “usted está aquí” la estación central de tren de la ciudad y por medio de líneas ----- lo va guiando hacia el zoológico, los museos, el Opera House, el Taroonga Zoo, el acuario y el Sydney Tower, y algunas de las principales universidades de la ciudad.
- Sitios de Interés: en esta pestaña a diferencia de los mapas, pero en el mismo formato el objetivo es centrarse solo en una imagen real (fotografía) y enseñarle al usuario más acerca de Australia y los lugares que lo hacen un país / continente único. Ejemplo:

¹⁰ Tabs o etiquetas son las pestañas de contenido que tiene todo perfil o página en facebook. Las más comunes son: fotos, videos, muro, concursos, blogs, what´s on your mind).



- **Proceso de aplicación:** En esta pestaña los usuarios podrán ver en un diagrama de flujo paso a paso cómo aplicar por un curso de inglés, pregrado, posgrado y cursos técnicos. Cuando los fans interactúan con la página ésta es la pregunta más frecuente tanto en el Chat como en el wall y el objetivo es que tengan esta información disponible todo el tiempo en la página.
- **La institución del mes:** En esta pestaña irá toda la información de una institución en Australia que se seleccione para ser promocionada: fotos, detalles de los cursos, links a su video que está subido en latinoaustralia.com, promociones especiales para los fans en facebook y que apliquen durante este mes. Todo esto en formato jpg y flash o .gif para hacerla más atractiva para el usuario.
- **Becas y promociones:** En esta aplicación irá una imagen jpg con las tres promociones de inglés y las cinco becas más relevantes para los estudiantes Latinoamericanos y de España. Al decir más relevantes son las becas que otorgan más beneficios y las que son más abiertas a que cualquier persona con el perfil requerido pueda aplicar.
- **Test de inglés:** Esta es una aplicación en jpg que explica la metodología del test, al final lo lleva con un link hacia latinoaustralia.com donde estará subido el test. Una vez contestadas las preguntas de opción múltiple el usuario dará finalizar y el sistema dará la calificación del test.

- Testimonios: En esta aplicación irán los videos con testimonios de estudiantes en Australia o en su defecto los links al canal de LAE en Youtube o a la página de latinoaustralia.com para ver el video. En la aplicación irá el texto del testimonio y la foto del estudiante en Australia y el link para seguir el video.
- ¿Por qué LAE?: En esta aplicación se expondrán de manera gráfica, en formato jpg las 10 razones por las cuales los estudiantes deben escoger a LAE para aplicar a sus estudios en Australia, (Ver Anexo No. 11 Razones para elegir LAE)

Nota: El objetivo es desarrollar todas las aplicaciones pero agregar una cada mes y retirar otras, en la medida en que tengan rotación, el contenido va a permanecer “fresco” para el fan.

3.4.2 Contenido Diario

El contenido diario busca generar tráfico de usuarios en la página, clicks a latinoaustralia.com, recordación de marca e interacción de los usuarios a través de sus comentarios, “likes” y “shares”. El contenido diario se encuentra en el anexo No. 7

3.5 INDICADORES DE DESEMPEÑO PARA LA ESTRATEGIA

El presente capítulo tiene por objeto analizar el tipo de indicadores que produce Facebook para las páginas corporativas y con estas determinar los indicadores de desempeño que pueden medirse y que van a demostrar la efectividad de la estrategia de promoción propuesta.

Los tipos de indicadores son:

3.5.1 Usuarios, (Figura No. 3- Derechos de autor Facebook 2011)



Esta primera parte de las estadísticas generadas por Facebook tiene 3 componentes:

- Nuevos “Me gusta”, Facebook define este componente como el número de personas nuevas a las cuales les gusta la página de LAE en un rango de un día, un mes o una semana desde el día en que se solicitó la estadística hacia atrás, además permite seleccionar los rangos de fecha en los cuales se quiere analizar la información.
- Usuarios activos cada mes, Es el número de personas que interactuaron o vieron la página de LAE, incluyendo las interacciones de fanáticos y no fanáticos. Al igual que los nuevos “me gusta” Facebook permite visualizarlos en términos de día, semana y mes, además de manera gráfica.

Finalidad: Esta información generada le sirve a la compañía para monitorear el impacto sobre el usuario cada vez que se publica contenido, la interacción día a día de los fans y no fans con la información que se publica, en adición a esto este trabajo ha planteado 40 iniciativas entre concursos y contenido los cuales en la medida en que se vayan

implementando se va poder determinar cuáles son los más efectivos en términos del interés de los usuarios.



(Figura No. 4 Derechos de autor Facebook 2011)

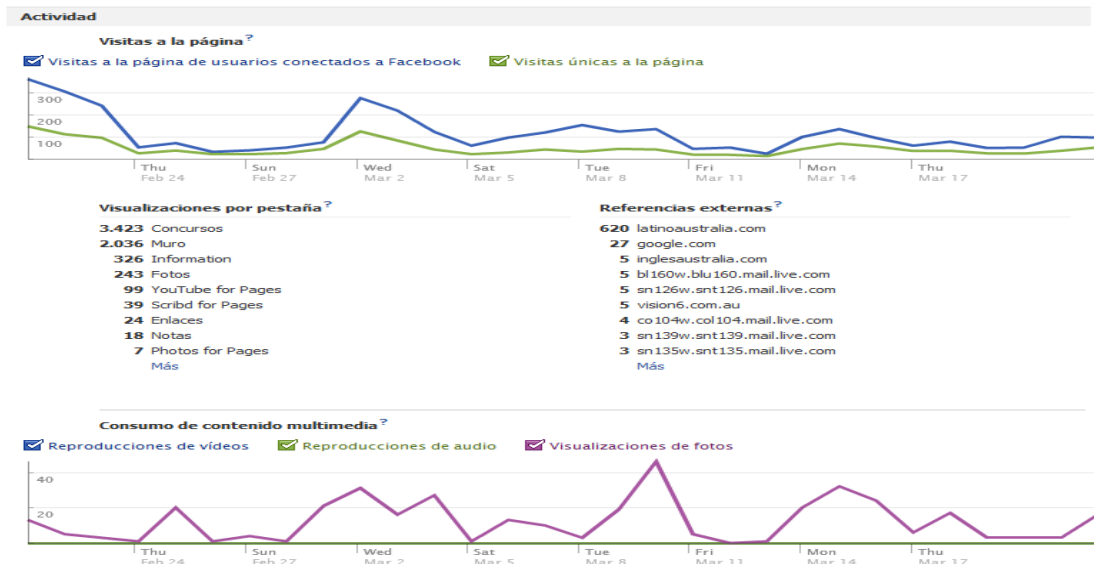
La figura No. 4 muestra como Facebook permite determinar las visitas únicas, el número de usuarios que día a día ven las publicaciones de contenido, aquellos que les gusto la publicación, los que han hecho comentarios y el número de publicaciones en el muro. Esto va de la mano con lo anotado en el punto 3.5. sobre como Facebook a través de su algoritmo “Edge Rank” califica la calidad del contenido, número de actualizaciones ligadas al número de “likes”, “shares” y comentarios dados por los usuarios en la página, por tal motivo es de gran importancia manejar contenidos de alta calidad y de interés para los usuarios.

3.5.2 Características demográficas de los usuarios:

Esta información le permite a LAE segmentar la información y enfocarse en personas de ambos sexos que se encuentran en un rango de edad entre 18 y 34 años, lo cual va asociado con la segmentación del cliente objetivo de la compañía que se encuentra en

este mismo rango de edad, además todo el contenido que se produzca debe estar dirigido a despertar el interés de este grupo de personas.

3.5.3 Actividad: (Figura No. 5 Derechos de autor Facebook 2011)



La sección de actividades visualiza el número de usuarios que conectados a Facebook pueden ver todo el contenido de la pagina incluyendo todos las secciones o “tabs” de la pagina y las visitas únicas que son aquellas que hacen los no Fans y que el sistema los dirige directamente hacia el tab de “wall”, en las visualizaciones por pestaña se muestra cuales de los tab que están en la pagina son las mas visitadas por los usuarios y que dominios externos están enviando trafico a las pagina en Facebook. Por último muestra el consumo por parte de los fans de contenido multimedia como video, fotos o música.

Finalidad: Esta información sirve para medir de todas las tab propuestas y de estas cuales generan más interés e interacción con el contenido por parte de los usuarios, en el caso de los dominios externos muestra la importancia de hacer ms visible la pagina de Facebook dentro de la pagina web de latinoaustralia.com, además es importante seguir

trabajando en la introducción de “key words” ya que estas definen la forma en que google encuentra la pagina y la hace visible a los usuarios y ya que este motor de búsqueda es la segunda opción más importante para generar tráfico hacia la pagina en Facebook; En el capítulo 3 se dieron varias pautas en el contenido y las aplicaciones para generar tráfico desde Facebook hacia latinoaustralia.com y esta estadística muestra que puede funcionar también de manera inversa lo cual beneficia el trafico en ambos sentidos.

3.6 LIMITACIONES DE LA ESTRATEGIA

Implementar el contenido, las aplicaciones, los anuncios de Facebook, hacer promoción a LAE y a Australia a través de la página corporativa e integrar las oficinas por medio de la estrategia, han arrojado una serie de limitaciones que deben tenerse en cuenta para ejecutar la estrategia como los tiempos de la Curva de Aprendizaje (8 meses para aprender el potencial de las aplicaciones de Facebook), el Presupuesto disponible para los premios de los concursos, la disponibilidad de tiempo para investigación y desarrollo de nuevas aplicaciones, para comunicar la estrategia a las treinta y dos oficinas de LAE y alinearlas con ésta (2 meses), además de el tiempo que deben emplear los equipo de IT, diseño y comunicaciones para el desarrollo de cada aplicación teniendo en cuenta que al mismo tiempo están desarrollando proyectos para cada una de las oficinas independientes de Facebook. Por lo que es necesario contrarrestar estas limitaciones con una comunicación constante hacia las oficinas que busque reducir los tiempos de acción, y que logre transmitirle la importancia de esta estrategia para el aumento de visibilidad de la marca y posterior aumento en las ventas de la compañía.

3.7 POTENCIALIDAD

LAE si logra desarrollar estas iniciativas va ser pionero en la industria en realizar promoción a través de Facebook, con esto va lograr el posicionamiento de su marca en los clientes objetivo que se encuentran usando la plataforma en Latino América y España, el producir contenido que genere constante interés va permitir que a futuro todo esto pueda compartirse en dispositivos móviles gracias al auge que están teniendo las redes sociales en especial Facebook dentro de este tipo de tecnología, esto le va permitir a la compañía llegar a los Fans y sus amigos a través del efecto viral “me gusta” diariamente aún si ellos no están buscando estudios en Australia en la web, pero si actualizando su perfil o su status en Facebook.

4. CONCLUSION

Este trabajo fue realizado con el fin de determinar una herramienta que cumpla con la necesidad de promoción de LAE a un bajo costo pero con el firme propósito de ampliar la visibilidad de la marca aprovechando el interés de las personas por el contenido promovido y la posibilidad que estos lo retransmitan a sus amigos. En el caso de la herramienta escogida (Facebook) los usuarios serán quienes se encarguen de aumentar esta visibilidad a través del efecto viral.

Se determinaron 42 iniciativas entre concursos y contenido de interés analizando lo que el cliente objetivo de LAE está buscando y que éstas sean lo suficientemente atractivas para éste. Esta ruta basada en contenido logrará que el cliente objetivo de LAE se interese en Australia y por consiguiente acudan a LAE como gestor de su proyecto de estudio.

No puede determinarse el impacto sobre las ventas ya que la estrategia buscara primero aumentar la visibilidad de la marca y posteriormente incrementar las ventas, es por esto que las aplicaciones siguen un principio inductivo informando y luego motivando a la venta. En la medida en que se publiquen las iniciativas y que en la base de datos o en las oficinas los asesores indaguen sobre la fuente que los llevó a escoger a la compañía, va poder integrarse la promoción y las iniciativas a un incremento en las ventas medible a través de la base de datos.

El trabajo también busca integrar a las 32 oficinas de LAE a través de este mecanismo de promoción y a través del tutorial utilicen esta herramienta del Social Media, y en 6 de las iniciativas hagan parte activa de los concursos y la estrategia de promoción planteada.

Todo lo anterior queda a disposición del Director General de la compañía quien según las recomendaciones dispondrá la ejecución de las iniciativas propuestas en el presente trabajo.

5. RECOMENDACIONES

- El éxito de estas iniciativas dependerá de la continuidad para implementarlas y de su seguimiento a través de las estadísticas para determinar el éxito de las aplicaciones.
- Estudiar de manera constante la literatura que este saliendo sobre marketing en Facebook, las nuevas regulaciones sobre el uso de la red social y las campañas más exitosas para determinar que de esto puede implementarse y tener un buen potencial.

- Asignar un asesor tiempo completo para dar asesoría a través del chat y el muro principal, publicar el contenido y monitorear la actividad de los fans, en especial para dar respuesta si tienen comentarios negativos, sobre Australia, su educación o los servicios ofrecidos por LAE.
- Monitorear a través de la base de datos la fuente de cómo se enteraron los prospectos y aplicantes de LAE, para medir el efecto de la estrategia de promoción sobre las ventas.
- Tanto imagen como comunicación de cada una de las 42 iniciativas debe ir alineada con el manual de imagen corporativa de LAE ya que este es una de las acciones primarias que busca la estrategia de promoción “posicionamiento de la marca y alineamiento de la imagen”.
- El usuario de Facebook es muy sensible a abandonar las páginas corporativas si identifica que le están empujando una venta, por tal motivo se recomienda ser cuidadoso en el manejo de contenido y dedicarse a informarlo y entretenerlo más que a venderle.

6. BIBLIOGRAFIA

- Keith J, Mirman E, Kistner J and Levy J, (2011, enero). Facebook page marketing 2011. Documento presentado en Cambridge, Massachusetts durante el webinar Facebook page marketing with Q & A.
- Safko L and Brake D (2009). The Social Media Bible (1st ed. Pp 3 – 20, 449 – 465, 673 – 716). New Jersey; published by Jhon Wiley& Sons, Inc.
- Treadaway C and Smith M (2010). Facebook Marketing an hour a day (1st ed. Pp 16 – 20, 24 – 28, 34 – 37, 94 – 117, 128 – 137, 189 - 197). Indianapolis; Wiley publishing.
- Zarella D (2010). The Social Media Marketing Book (1st ed. Pp 1 - 184). Sebastopol, California; Published by O’reilly Media Inc.
- Editorial Planeta (1984) Diccionario Enciclopédico Planeta (Pp 2296). Barcelona; Editorial Planeta S.A.
- Base de Datos LAE - http://cali.latinoaustralia.com/lae_database/ derechos de autor Latino Australia Education.
- Facebook <http://www.insidefacebook.com/2010/07/21/facebook-announces-500-million-users-stories-application/> - ©2011 Inside Network, Inc.
- Google Adwords - <http://www.adwords.google.com> Adwords.google.com - ©2011 Google.
- Google Key words - www.google.com/sktool/ - ©2011 Google.
- Group of 8 - <http://www.go8.edu.au/> - The Group of Eight Ltd | ACN 089687990 | PO Box 6229 O'Connor ACT 2602 | 101 Northbourne Ave Turner ACT 2612

- Pier On Line QEAC - <http://www.pieronline.org/eatc/> - copyright International Services (IES).
- Portafolio - <http://portafolio.com.co/archivo/documento/MAM-3516732> - derechos de autor © 2011 CEET.
- Times Higher Education Rank - <http://www.timeshighereducation.co.uk/> - Ranking del Times Higher - © 2010 TSL Education Ltd
- Youtube <http://www.youtube.com/watch?v=-jyJDrQu2RM>
<http://www.sprite.com.ar/politicas.html>

7. ANEXOS

Todos los anexos de este trabajo podrán encontrarse en el siguiente link:

http://issuu.com/anexosluisamilogonzalez/docs/anexos_luis_camilo_gonzalez

Estos documentos sirven como soporte y dan fundamento a la información entregada como estrategia de promoción de Latino Australia Education en Facebook. En estos anexos se encuentran el organigrama de la compañía para comprender la estructura de la misma, el complemento a las estadísticas mencionadas en el capítulo 1 "Antecedentes", volumen de visitas a las páginas web de LAE, tutoriales para el uso de los anuncios en Facebook (creado con el fin de dar una herramienta de promoción para que cada oficina pueda hacer uso de la misma), tutoriales entregados por Wildfire para crear las aplicaciones propuestas, matriz de actividades, presupuestos, indicadores de desempeño, actividades adicionales, contenido diario y cómo indexar una página de Facebook en los motores de búsqueda.

7.1. ANEXO # 5: MATRIZ DE ACTIVIDADES

La matriz de actividades da una descripción de las actividades a desarrollar por cada área operativa de LAE, los presupuestos de cada una de ellas y los indicadores de desempeño de cada una de las actividades propuestas.

Tabla No. 12 Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE LA PAGINA DE LAE EN FACEBOOK									
FECHA DE INICIO	# DE ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	DEPARTAMENTO A CARGO. 8. ACTIVIDAD A DESEMPEÑAR					FECHA DE FINALIZACION	
			Client Service	Communications	Design	Virtual Counseling	IT		General Direction
05/12/2010	1.	Crear página de Facebook según especificaciones	<ul style="list-style-type: none"> * Determinar las especificaciones y las pestañas que debe tener originalmente el grupo. *Coordinar los departamentos con funciones a cargo para la creación del grupo. *Determinar contenido inicial para el grupo. * Enviar las invitaciones necesarias para obtener la url de la pagina (www.facebook.com/estudiar.en.australia.latinoustralia.education) * Crear el grupo junto con el área de comunicaciones. *Enlazar el canal de LAE en Youtube con la pestaña de videos de la nueva página en Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> * Elaborar contenidos para la pestaña de Información con las palabras clave. *Asesorar al área de Client Service para desarrollar la página y sus aplicaciones. *Adquirir una aplicación gratuita proporcionada por Involver.com (videos) 	<ul style="list-style-type: none"> * Elaborar la imagen de la página de inicio del muro 	<ul style="list-style-type: none"> * Elaborar la imagen de la página de inicio del muro 		<ul style="list-style-type: none"> * Aprobar el sitio creado y las actividades relacionadas con la creación. 	10/12/2010
18/12/2010	2.	Crear Campaña de Interés sobre la creación del nuevo grupo	<ul style="list-style-type: none"> * Generar requerimiento a Comunicaciones, Diseño & IT para desarrollar campaña de comunicaciones (imágenes, texto y aplicación en Facebook) para generar interés e informar que se creó la página corporativa de LAE en Facebook con el fin de dar asesoría de estudios, información de Australia, videos, fotos, concursos, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> * Determinar los mensajes promocionales de la campaña de expectativa 	<ul style="list-style-type: none"> *Elaborar las imágenes a publicar en la aplicación de Facebook, y en los wall del perfil y antiguo grupo de fans 	<ul style="list-style-type: none"> *Publicar diariamente las imágenes junto con mensajes alusivos a la nueva página de LAE en Facebook y sus beneficios. 	<ul style="list-style-type: none"> * Subir la 1ra aplicación en código Fbml para invitar a los miembros de la antigua página de LAE en Facebook a hacerse Fan de la nueva página y definitiva 	<ul style="list-style-type: none"> *Aprobar contenidos, aplicación e imágenes. 	19/01/2011
15/01/2011	3.	1er Concurso: Hazte Fan de LAE en Facebook y gánate un Ipod Touch de segunda generacion	<ul style="list-style-type: none"> * Crear el concurso. *Crear la dinámica del concurso. *Determinar las pautas del concurso *Coordinar las áreas de diseño, comunicaciones e IT. *Hacer requerimiento para textos, diseños y aplicación en FBML y programa para sortear de manera aleatoria el premio *Coordinación de video promocional *Comunicación con el ganador/a *Coordinación de la entrega del premio en la ciudad del ganador/a del concurso. 	<ul style="list-style-type: none"> * Elaborar la campaña de comunicación previo y posterior al concurso * Coordinar con Client Service la campaña *Acompañamiento de la campaña 	<ul style="list-style-type: none"> * Elaborar las piezas promocionales para el envío de mail marketing, baneer central en la pagina web, e imágenes para postear en Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> * Postear imágenes en Facebook, agregar los mensajes de apertura y explicar las condiciones del concurso 	<ul style="list-style-type: none"> * Subir la aplicación para la pestaña del concurso en Fbml, y desarrollar la aplicación para hacer el concurso (Aleatoria) 	<ul style="list-style-type: none"> * Aprobar premio, contenidos del concurso 	25/02/2011

08/03/2011	4.	Creación de Aplicaciones para compartir contenido de LAE como fotografías, slides, PDF's	*Determinar y montar las aplicaciones que ofrece Involver.com de manera gratuita y que son de utilidad para la página (Slides,Imágenes, PDF, Youtube)						08/03/2011
	5.	"Tómate tu foto en Australia y participa por un Ipad"	* Crear el concurso. (Opcion 1 o 2) *Crear la dinámica del concurso. *Determinar las pautas del concurso *Coordinar las áreas de diseño, comunicaciones e IT. *Hacer requerimiento para textos, diseños y aplicación en FBML *Coordinación de video promocional *Seleccionar el ganador según el número de Likes en la foto *Comunicación con la ganador/a *Coordinación de la entrega del premio en la ciudad del ganador/a del concurso	* Elaborar la campaña de comunicación previo y posterior al concurso * Coordinar con Client Service la campaña *Acompañamiento de la campaña	* Elaborar las piezas promocionales para el envío de E mail marketing, e imágenes para postear en Facebook	* Postear imágenes en Facebook, agregar los mensajes de apertura y explicar las condiciones del concurso, enviar invitaciones a los amigos del perfil	* Subir la aplicación para la pestaña del concurso en Fbml	* Aprobar premio y contenidos del concurso y si aplicación que se va manejar (Wildfire)	
	6.	Tómate tu foto alusiva a Australia	* Crear el concurso. (Opcion 1 o 2) *Crear la dinámica del concurso. *Determinar las pautas del concurso *Coordinar las áreas de diseño, comunicaciones e IT. *Hacer requerimiento para textos, diseños y aplicación en FBML *Coordinación de video para la entrega del premio *Comunicación con los Representantes de las Universidades en Australia para que sirvan como jurado. *Integrar a las oficinas con el concurso y su fin. *Comunicación con las oficinas para guiarlos en el proceso de la creación del anuncio en facebook *Seleccionar el ganador según el numero de Likes en la foto *Comunicación con el ganador/a *Coordinación de la entrega del premio en la ciudad del ganador/a del concurso	* Elaborar la campaña de comunicación previo y posterior al concurso * Coordinar con Client Service la campaña *Acompañamiento de la campaña	* Elaborar las piezas promocionales para el envío de E mail marketing, e imágenes para postear en Facebook, banners de Facebook	* Postear imágenes en Facebook, agregar los mensajes de apertura y explicar las condiciones del concurso, enviar invitaciones a los amigos del perfil	* Subir la aplicación para la pestaña del concurso en Fbml	* Aprobar premio y contenidos del concurso y si aplicación que se va manejar (Wildfire)	

	7.	Hazte Fan e invita a tus amigos a ser Fans de Latino Australia Education y gana uno de estos fabulosos premios	<ul style="list-style-type: none"> * Conseguir la aplicación del concurso basado en el modelo del concurso SONY CES * Crear la dinámica del concurso. * Determinar las pautas del concurso * Coordinar las áreas de diseño, comunicaciones e IT. * Hacer requerimiento para textos, diseños y aplicación en FBML * Coordinación de video para la entrega del premio * Integrar a las oficinas con el concurso y su fin. * Comunicación con las oficinas para integrarlas en el concurso y en la publicación de anuncios en facebook para promoverlo * Comunicación con el ganador/a * Coordinación de la entrega del premio en la ciudad del ganador/a del concurso 	<ul style="list-style-type: none"> * Elaborar la campaña de comunicación previo y posterior al concurso * Coordinar con Client Service la campaña * Acompañamiento de la campaña 	<ul style="list-style-type: none"> * Elaborar las piezas promocionales para el envío de Email marketing, e imágenes para postear en Facebook, banners de Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> * Postear imágenes en Facebook, agregar los mensajes de apertura y explicar las condiciones del concurso, enviar invitaciones a los amigos del perfil 	<ul style="list-style-type: none"> * Subir la aplicación para la pestaña del concurso en Fbml 	<ul style="list-style-type: none"> * Aprobar premio y contenidos del concurso y presupuesto para adquirir la aplicación del concurso. 	
	8.	Prueba tus conocimientos sobre Australia y su educación	<ul style="list-style-type: none"> * Implementar la aplicación de Wildfire, definir la metodología del concurso, y coordinar con las áreas sus actividades 	<ul style="list-style-type: none"> * Elaborar la campaña de comunicación previo y posterior al concurso * Coordinar con Client Service la campaña * Acompañamiento de la campaña 	<ul style="list-style-type: none"> * Elaborar las piezas promocionales para el envío de Email marketing, e imágenes para postear en Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> * Postear imágenes en Facebook, agregar los mensajes de apertura y explicar las condiciones del concurso, enviar invitaciones a los amigos del perfil. 	<ul style="list-style-type: none"> * Subir la aplicación para la pestaña del concurso en Fbml 	<ul style="list-style-type: none"> * Aprobar premio y contenidos del concurso y presupuesto para adquirir la aplicación del concurso. 	
	9.	Hazte Referal de LAE y gana Iphone, Ipad, Cámara Digital y Ipod Touch	<ul style="list-style-type: none"> * Comunicar la iniciativa a las oficinas para su aprobación * Implementar la campaña * Coordinar las áreas involucradas y sus funciones 	<ul style="list-style-type: none"> * Elaborar la campaña de comunicación previo y posterior al concurso * Coordinar con Client Service la campaña * Acompañamiento de la campaña 	<ul style="list-style-type: none"> * Elaborar las piezas promocionales para el envío de Email marketing, imágenes para postear en Facebook, banner central y banner para Facebook ads 	<ul style="list-style-type: none"> * Postear imágenes en Facebook, agregar los mensajes de apertura y explicar las condiciones del concurso, enviar invitaciones a los amigos del perfil. 	<ul style="list-style-type: none"> * Subir la aplicación para la pestaña del concurso en Fbml y desarrollar el formulario de registro para ingresar los referidos y que éste cargue la base de datos y envíe datos de usuario. 	<ul style="list-style-type: none"> * Aprobar iniciativa y determinar las directrices para los referidos y el marco legal. 	

	10.	Talent Show de LAE	<ul style="list-style-type: none"> * Crear el concurso. (Opción 1 o 2) cambiar la aplicación de fotografía por video * Crear la dinámica del concurso. * Determinar las pautas del concurso * Coordinar las áreas de diseño, comunicaciones e IT. * Hacer requerimiento para textos, diseños y aplicación en FBML * Coordinación de video promocional * Seleccionar el ganador según el número de Likes en la foto * Comunicación con la ganador/a * Coordinación de la entrega del premio en la ciudad del ganador/a del concurso 	<ul style="list-style-type: none"> * Elaborar la campaña de comunicación previo y posterior al concurso * Coordinar con Client Service la campaña * Acompañamiento de la campaña 	<ul style="list-style-type: none"> * Elaborar las piezas promocionales para el envío de E mail marketing, e imágenes para postear en Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> * Postear imágenes en Facebook, agregar los mensajes de apertura y explicar las condiciones del concurso, enviar invitaciones a los amigos del perfil 	<ul style="list-style-type: none"> * Subir la aplicación para la pestaña del concurso en Fbml 	<ul style="list-style-type: none"> * Aprobar premio y contenidos del concurso y si aplicación que se va manejar (Wildfire) 	
	11.	Reto Australia	Diseño del concurso	<ul style="list-style-type: none"> * Elaborar la campaña de comunicación previo y posterior al concurso * Coordinación de las preguntas 	<ul style="list-style-type: none"> imágenes para postear en Facebook, banner en latino.com, benner de Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> * Postear imágenes en Facebook, agregar los mensajes de apertura y explicar las condiciones del concurso, enviar invitaciones a los amigos del perfil 	<ul style="list-style-type: none"> * Subir la aplicación para la pestaña del concurso en Fbml 	<ul style="list-style-type: none"> * Aprobar premio y contenido del concurso 	
	12.	Contenido de la Página	Diseño del contenido y seguimiento a cada aplicación	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar la investigación y textos de cada una de las aplicaciones de contenido 	<ul style="list-style-type: none"> Diseñar las imágenes, templates y seleccionar las fotografías requeridas como contenido 	<ul style="list-style-type: none"> Subir todas las imágenes, asesorar a los Fans sobre Australia, estudios en Australia y guiarlos a través del contenido de la página 	<ul style="list-style-type: none"> Subir las aplicaciones en FBML 	<ul style="list-style-type: none"> Aprobar contenido 	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla No. 13 Presupuesto de las Actividades

# DE ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	PRESUPUESTO		
		RESPONSABLE	DESCRIPCION	VALOR
1.	Crear página de Facebook según especificaciones	LAE Head Office	Horas de trabajo invertidas en las áreas de trabajo involucradas	\$ 400.000
2.	Crear Campaña de Interes sobre la creación del nuevo grupo	LAE Head Office	Horas de trabajo invertidas en las áreas de trabajo involucradas	\$ 117.188
3.	1er Concurso, Hazte Fan de LAE en Facebook y gánate un Ipod Touch de segunda generación	LAE Head Office	Horas de trabajo invertidas en las áreas de trabajo involucradas + Premio del concurso + e mail masivo	\$ 995.000
4.	Creación de Aplicaciones para compartir contenido de LAE como fotografías, slides, PDF's	LAE Head Office	Horas de trabajo invertidas en las áreas de trabajo involucradas	\$ 13.750
5.	"Tómate tu foto en Australia y participa por un Ipad"	LAE Head Office	Horas de trabajo invertidas en las áreas de trabajo involucradas + Premio del concurso + aplicación de Wild fire si decide implementarse +Facebook ads en Australia + e mail masivo	\$ 1.646.875
6.	Tómate tu foto alusiva a Australia	LAE Head Office	Horas de trabajo invertidas en las áreas de trabajo involucradas + Premio del concurso + aplicación de Wild fire si decide implementarse +Facebook ads en Latino America + email masivo	\$ 765.000
7.	Hazte Fan e invita a tus amigos a ser fans de Latino Australia Education y gana uno de estos fabulosos premios	LAE Head Office	Horas de trabajo invertidas en las áreas de trabajo involucradas + Premio del concurso + aplicación del concurso si decide implementarse +Facebook ads en Latino America + email masivo	\$ 3.274.375
8.	Prueba tus conocimientos sobre Australia y su educación	LAE Head Office	Horas de trabajo invertidas en las areas de trabajo involucradas + Premio del concurso + aplicación de Wild fire si decide implementarse+ e mail masivo	\$ 889.063
9.	Hazte Referal de LAE y gána Iphone, Ipad, Cámara Digital y Ipod Touch	LAE Head Office	Horas de trabajo invertidas en las áreas de trabajo involucradas, los premios para los Referals serán comprados y entregados por cada oficina según vaya recibiendo sus referidos	\$ 1.293.750
10.	Talent Show de LAE	LAE Head Office	Horas de trabajo invertidas en las áreas de trabajo involucradas + Premio del concurso + aplicación de Wild fire si decide implementarse +Facebook ads en Australia + e mail masivo	\$ 787.188
11.	Reto Australia	LAE Head Office	Horas de trabajo invertidas en las áreas de trabajo involucradas + Premio del concurso + aplicación de Wild fire si decide implementarse +Facebook ads en Australia + e mail masivo	\$ 1.379.688

Criterio	Valor Hora
HORA DE IT	\$ 13.438
HORA DE DESIGN	\$ 9.375
HORA DE COMMUNICATIONS	\$ 9.375
HORA DE CLIENT SERVICE	\$ 13.750
HORA DE VIRTUAL COUNSELING	\$ 6.875
Premio 1er concurso	\$ 352.500
Premio 2do concurso	\$ 750.000
Premio 3er concurso	\$ 400.000
Premio 4to concurso	\$ 400.001
Premio 5to concurso	\$ 350.000
Premio 6to concurso	\$ 400.000
Premio 7mo concurso	\$ 600.000

Tabla No. 14 Indicadores de Desempeño

INDICADORES DE DESEMPEÑO					
# DE ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	ELEMENTOS MEDIDOS	LOGRADO	ESPERADO	COMENTARIOS
1.	Crear página de Facebook según especificaciones	Página, Url, imagen, tabs y contenidos de inicio	100%	100%	Se finalizó toda la actividad y el grupo esta rankeando en google
2.	Crear Campaña de Interés sobre la creación del nuevo grupo	Imágenes y aplicaciones para cerrar la antigua página y mover los antiguos fans y los amigos del perfil a la nueva página	30%	70%	Se realizó la actividad, pero solo se logró que se hicieran Fans 400 personas de un potencial de 7 mil
3.	1er Concurso, Hazte Fan de LAE en Facebook y gánate un Ipad Touch de segunda generación	Aplicación del concurso (Pestaña del concurso), imágenes, campaña, mensajes diarios a todos los grupos, publicación de imágenes y asesoría sobre el concurso, E mails masivos a las bases de datos, Comunicación con las oficinas, sorteo, diseño de programa para sorteo y entrega de premio	2.995 Fans	2.000 Fans	
4.	Creación de Aplicaciones para compartir contenido de LAE como fotografías, slides, PDF's	Desarrollar nuevas aplicaciones para Facebook de manera gratuita y con contenido que pueda rankear la página en los motores de búsqueda y dar a conocer la compañía ante sus fans	1 Aplicación	2 Aplicaciones	La plataforma Involver solo permitió adquirir 1 aplicación, se seleccionó la aplicación para subir PDF's en modo presentación
5.	Tómate tu foto en Australia y participa por un Ipad"	Numero de Fans, efecto viral de la campaña e interacción de los Fans		4.000 Fans	
6.	Tómate tu foto alusiva a Australia	Numero de Fans, efecto viral de la campaña e interacción de los Fans		2.000 Fans	
7.	Hazte Fan e invita a tus amigos a ser fans de Latino Australia Education y gana uno de estos fabulosos premios	Numero de Fans, efecto viral de la campaña e interacción de los Fans, clicks a www.latinoaustralia.com		8.000 Fans	
8.	Prueba tus conocimientos sobre Australia y su educación	Numero de Fans, efecto viral de la campaña e interacción de los Fans, clicks a www.latinoaustralia.com		4.000 Fans	
9.	Hazte Referral de LAE y gana Iphone, Ipad, Cámara Digital y Ipad Touch	Numero de personas referidas y aplicaciones			
10.	Talent Show de LAE	Numero de Fans, efecto viral de la campaña e interacción de los Fans		4.000 Fans	
11.	Reto Australia	Numero de Fans, clicks a latinoaustralia.com , posicionamiento de Australia como destino educativo			
12.	Contenido	1 likes, shares, posts en el muro y comentarios (Interacciones)		150 Interacciones por semana	