

---

# PROPUESTA ESTRATÉGICA DE MARKETING DIGITAL

**Para:** Eneco-IC

**De:** WebPro Marketing Digital

**Fecha:** 8 de junio de 2025

**Asunto:** Transformación Digital para el Liderazgo en el Sector de Energías Renovables

---

## 1. Introducción y Objetivo Estratégico

En WebPro Marketing Digital, comprendemos la importancia crítica de una presencia digital sólida y coherente para capitalizar las oportunidades en el creciente sector de las energías renovables en Colombia. Tras un análisis exhaustivo de su ecosistema digital, hemos preparado este diagnóstico que identifica áreas de oportunidad clave y define un plan de acción para transformar su presencia en línea en su principal activo comercial. El objetivo de esta propuesta es presentar una visión estratégica clara que le brinde a Eneco-IC la tranquilidad y el tiempo para enfocarse en su core business, con la certeza de que su marketing digital está en manos de expertos y alineado con sus metas de crecimiento.

---

## 2. Diagnóstico del Ecosistema Digital Actual

Eneco-IC ha establecido una presencia inicial en internet, lo cual es un primer paso fundamental. Sin embargo, nuestro análisis revela un ecosistema digital desarticulado, con una notable ausencia de una estrategia unificada. Esto resulta en una comunicación dispersa, bajo nivel de interacción y una pérdida significativa de oportunidades para capturar y nutrir prospectos calificados.

### Puntos Críticos y Áreas de Dolor Identificadas:

- **Fragmentación de la Identidad de Marca:** No existe una identidad visual consistente a través de la página web, Instagram, YouTube y LinkedIn. La variación en logos, paletas de colores y tipografías diluye el reconocimiento de la marca y proyecta una imagen que no refleja la calidad de sus servicios.
- **Invisibilidad en Motores de Búsqueda (SEO y SEM):** La marca Eneco-IC es prácticamente invisible en Google para términos de búsqueda cruciales como "proyectos de energías renovables en Colombia" o "paneles solares para empresas". Se está perdiendo la fuente más valiosa de tráfico cualificado: clientes con intención de compra.
- **Digitalización Incompleta de la Marca:** Más allá de tener perfiles sociales, la marca no está optimizada para el entorno digital. Los perfiles están incompletos, no comunican una propuesta de valor clara y no están interconectados para guiar al usuario a través de

un embudo de conversión.

- **Bajo Nivel de Interacción (Engagement):** Las publicaciones en redes sociales registran un alcance e interacción mínimos, lo que indica que el contenido actual no resuena con la audiencia objetivo o no está siendo distribuido eficazmente.

## Análisis Detallado por Activo Digital

### 1. Sitio Web (<https://eneco-ic.com/>)

- **Diagnóstico SEO:**
  - **Palabras Clave:** Ausencia de una estrategia de palabras clave. El contenido no está optimizado para posicionar términos transaccionales o informativos que atraigan a su cliente ideal (gerentes de proyectos, directores de sostenibilidad, dueños de empresas).
  - **SEO On-Page:** Deficiente. Faltan metadescripciones, los títulos no están optimizados, la estructura de encabezados (H1, H2, H3) es inconsistente y no existe un blog para desarrollar contenido de valor.
  - **SEO Técnico:** La velocidad de carga es mejorable. No se evidencia una estrategia de construcción de enlaces (backlinks), un factor crucial para la autoridad de dominio.
- **Experiencia de Usuario (UX):** La navegación puede ser más intuitiva. Los llamados a la acción (CTAs) son débiles o inexistentes, fallando en guiar al visitante hacia la conversión (ej. "Solicitar Cotización", "Descargar Guía de Eficiencia Energética").

### 2. Redes Sociales

- **Instagram (@eneco.ic):** La biografía no comunica claramente su propuesta de valor. El feed carece de cohesión visual y el calendario de publicación es esporádico. Se desaprovechan formatos de alto engagement como Reels o Stories estratégicas.
- **Canal de YouTube (Enecosas784):** El nombre del canal no está alineado a la marca y dificulta su descubrimiento. Los videos carecen de optimización básica (títulos, descripciones, etiquetas, miniaturas), limitando drásticamente su visibilidad en la segunda plataforma de búsqueda más grande del mundo.
- **LinkedIn (Eneco-ic):** Perfil de empresa básico. Se desperdicia la oportunidad de posicionarse como líder de opinión en el sector B2B, conectar con tomadores de decisiones y compartir contenido de alto valor.

---

## 3. La Solución: Una Alianza Estratégica con WebPro Marketing Digital

Imaginen la tranquilidad de que un equipo experto construya metódicamente su imperio digital. Imaginen tener el tiempo para enfocarse en la ingeniería y ejecución de sus proyectos, mientras nosotros llenamos su embudo de ventas con prospectos calificados. Con WebPro, Eneco-IC obtendrá:

- Una presencia digital profesional y coherente que genera autoridad y confianza.
- Un flujo constante de prospectos calificados a través de canales orgánicos y de pago.

- La capacidad de competir al más alto nivel en un mercado digitalizado.
- Data y análisis para tomar decisiones de negocio informadas.
- Seguridad en su inversión con resultados medibles y un retorno claro.
- La satisfacción de alcanzar sus objetivos digitales y ver el impacto real en su crecimiento.

#### 4. Propuesta de Trabajo: El Camino hacia el Liderazgo Digital

Proponemos una colaboración estructurada en dos fases fundamentales: Planeación Estratégica y Ejecución Continua.

##### FASE 1: Cimentación Estratégica y Plan de Marca

Esta fase es la inversión más importante para garantizar que cada acción futura tenga un propósito y una dirección clara. Es el cimiento sobre el cual se construirá todo su ecosistema digital.

##### ¿Qué incluye esta fase?

- Diagnóstico 360° de Marca, Competencia y Clientes.
- Desarrollo de Estrategia de Contenidos y Plan de Medios basado en ejes temáticos clave (Eficiencia Energética, ROI, Tecnología, Legislación, Cultura Eneco-IC).
- Investigación y Análisis Avanzado de Palabras Clave.
- Optimización Completa del Sitio Web (SEO On-Page y Técnico).
- Definición de Embudos de Conversión y Tácticas de Captación.
- Acompañamiento, Reportes y Soporte Técnico.

##### Planes de Inversión para la Fase Estratégica

Plan	Inversión Total	Horas Dedicadas	Detalles de Pago	Duración
<b>MEGA</b>	\$20,000,000 COP	270 horas (45h/mes)	20% Anticipo (\$4M), Saldo en 6 cuotas de \$2,666,667	6 Meses
<b>PROFESIONAL</b>	\$36,000,000 COP	720 horas (60h/mes)	10% Anticipo (\$3.6M), Saldo en 12 cuotas de \$2,700,000	12 Meses
<b>SENIOR</b>	\$45,000,000 COP	1080 horas (30h/mes)	5% Anticipo (\$2.25M), Saldo en 36 cuotas de \$1,187,500	36 Meses

Piense en esta fase como la estructura de un gran edificio. Unos cimientos más profundos (Planes Profesional y Senior) permiten construir un edificio más alto y duradero, capaz de dominar el panorama del mercado.

### Comparativa Detallada de Entregables Estratégicos

<b>Característica / Entregable Estratégico</b>	<b>Plan Estratégico MEGA (6 Meses)</b>	<b>Plan Estratégico PROFESIONAL (12 Meses)</b>	<b>Plan Estratégico SENIOR 360 (36 Meses)</b>
<b>Inversión</b>	\$20,000,000 COP	\$36,000,000 COP	\$45,000,000 COP
<b>Enfoque Principal</b>	Fundacional: Organizar y lanzar la estrategia inicial.	Crecimiento Acelerado: Construir una máquina de marketing predecible.	Dominio de Mercado: Posicionamiento a largo plazo como líder del sector.
<b>ANÁLISIS E INMERSIÓN</b>			
<b>Diagnóstico de Marca y Competencia</b>	Análisis de hasta 3 competidores directos.	Análisis exhaustivo de 5-7 competidores (incluye pauta y funnels).	Análisis completo del ecosistema digital del sector y benchmarks internacionales.
<b>Definición de Cliente Ideal</b>	Creación de 2 perfiles de Buyer Persona.	Creación de 4 perfiles de Buyer Persona detallados (incluye "journey map").	Mapeo completo del comité de compras B2B y sus motivaciones.
<b>Talleres Estratégicos</b>	2 talleres de inmersión y validación.	4 talleres de co-creación estratégica.	Sesiones continuas + Taller de visión a 5 años.
<b>ESTRATEGIA DE CONTENIDOS Y</b>			

<b>SEO</b>			
<b>Investigación de Palabras Clave</b>	Investigación y selección de hasta 100 palabras clave.	Investigación avanzada de hasta 300 palabras clave y análisis de "gaps".	Creación de mapa de clústers de contenido para dominar temas enteros.
<b>Plan de Contenidos</b>	3 ejes temáticos. Plan a 6 meses.	5 ejes temáticos. Plan detallado a 12 meses.	Estrategia de "Content Hubs". Plan a 18-24 meses.
<b>Estrategia SEO</b>	Plan SEO On-Page para páginas principales.	Arquitectura SEO completa. Plan SEO On-Page, Técnico y de contenidos.	Estrategia SEO de dominio total: On-Page, Técnico, Local y Link Building.
<b>ESTRATEGIA DE CANALES Y EMBUDO</b>			
<b>Plan de Medios y Canales</b>	Priorización de canales para el primer año.	Estrategia detallada e integrada por canal.	Estrategia omnicanal a largo plazo, incluyendo exploración de nuevas plataformas.
<b>Diseño del Embudo de Ventas</b>	Mapeo de un embudo de conversión básico (TOFU, MOFU, BOFU).	Diseño de múltiples embudos por Buyer Persona.	Diseño de un "flywheel" centrado en el cliente con automatización.
<b>Estrategia de Captación de Leads</b>	Propuesta de 1-2 "Lead Magnets".	Estrategia de "Lead Magnets" diversificada (Guías, Webinars, Calculadoras).	Desarrollo de "Hero Content" (ej. Reporte Anual del Sector).

<b>ENTREGABLES Y GOBERNANZA</b>			
<b>Documento Estratégico Final</b>	Documento con plan de acción a 6 meses.	Playbook Digital completo y exhaustivo.	Plan Estratégico de Transformación Digital a 3-5 años (documento vivo).
<b>Cronograma y Soporte</b>	Cronograma a 6 meses. 45h/mes de acompañamiento.	Cronograma detallado (Gantt) a 12 meses. 60h/mes de acompañamiento.	Roadmap estratégico a 36 meses. 30h/mes de consultoría estratégica.
<b>Definición de KPIs</b>	KPIs de rendimiento (Alcance, Engagement).	KPIs de negocio (Leads, CPL, Tasa de Conversión).	KPIs avanzados (CAC, LTV, ROI de Marketing) y modelo de atribución.

## FASE 2: Ejecución Continua y Gestión de Crecimiento

Una vez definida la estrategia, la ejecución constante es la clave para materializar los resultados. Esta fase es el motor que impulsa su crecimiento mes a mes.

### ¿Qué incluye esta fase?

- **Gestión de Redes Sociales y Marketing de Contenidos (Orgánico):** Creación de contenido, diseño gráfico, edición de video (Reels/Shorts) y gestión de comunidad.
- **Sitio Web y SEO:** Creación y publicación de artículos de blog optimizados para SEO y monitoreo técnico continuo.
- **Pauta Digital (SEM):** Gestión de campañas en Google Ads, Meta Ads (Facebook & Instagram) y LinkedIn Ads para capturar y crear demanda.
- **Indicadores de Gestión y KPI:** Reportería mensual enfocada en resultados de negocio.

## Planes de Ejecución y Gestión Mensual

Plan	Inversión Mensual	Ideal para
<b>BÁSICA</b>	\$1,800,000 COP	Empresas que inician su camino digital y buscan construir una base sólida.
<b>PROFESIONAL</b>	\$2,700,000 COP	Empresas que buscan un crecimiento acelerado y una mayor generación de leads.
<b>PREMIUM</b>	\$3,600,000 COP	Empresas que apuntan al liderazgo absoluto del sector con una estrategia agresiva.

## Comparativa Detallada de Servicios Mensuales

Característica / Servicio	Plan BÁSICA	Plan PROFESIONAL	Plan PREMIUM
<b>Inversión Mensual</b>	\$1,800,000 COP	\$2,700,000 COP	\$3,600,000 COP
<b>Ideal Para</b>	Establecer una presencia profesional.	Acelerar el crecimiento y la generación de leads.	Dominar el mercado como líder del sector.
<b>ESTRATEGIA Y GESTIÓN</b>			
<b>Gestor de Cuenta</b>	Gestor de cuenta asignado.	Gestor de cuenta Senior.	Gestor de Cuenta Senior + Director de Estrategia.
<b>Reuniones</b>	1 reunión mensual	2 reuniones	Reuniones semanales + 1

<b>Estratégicas</b>	(Virtual).	mensuales (Virtual).	mensual (Presencial/Virtual).
<b>Soporte</b>	Vía Email y WhatsApp.	Vía Email y WhatsApp.	Soporte prioritario (WhatsApp, Email, Teléfono).
<b>GESTIÓN DE REDES SOCIALES</b>			
<b>Plataformas Gestionadas</b>	2 (Instagram, Facebook).	3 (Instagram, LinkedIn, Facebook).	Hasta 4 (IG, LinkedIn, FB, YT Shorts, TikTok).
<b>Frecuencia de Publicación</b>	9 publicaciones/mes.	12 publicaciones/mes.	21 publicaciones/mes.
<b>Community Management</b>	Monitoreo y respuesta.	Gestión proactiva de comunidad.	Dinamización de comunidad + Búsqueda de conversaciones.
<b>CREACIÓN DE CONTENIDO</b>			
<b>Diseño Gráfico</b>	9 Diseños estáticos/carruceles.	12 Diseños estáticos/carruceles.	21 Diseños premium (incluye infografías).
<b>Edición de Video</b>	3 Reels / Shorts al mes.	6 Reels / Shorts al mes.	9 Reels / Shorts al mes + 1 Video corporativo trimestral.
<b>Copywriting</b>	Textos persuasivos.	Textos optimizados para SEO y engagement.	Copywriting estratégico avanzado por etapa del embudo.

<b>SITIO WEB Y SEO</b>			
<b>Artículos de Blog (SEO)</b>	2 artículos/mes (800-1000 palabras).	4 artículos/mes (1000-1200 palabras).	6 artículos/mes (1200-1500 palabras) + Estrategia de link-building.
<b>Gestión SEO</b>	Monitoreo de palabras clave.	Optimización On-page continua + Google My Business.	Optimización On-page y Técnica avanzada + SEO Local.
<b>PAUTA DIGITAL (GESTIÓN SEM)</b>			
<b>Gestión de Campañas</b>	1 Plataforma (Google o Meta).	2 Plataformas (Google y Meta).	3 Plataformas (Google, Meta, Tik Tok y Linkedin).
<b>Optimización de Pauta</b>	Optimización semanal.	Optimización continua + A/B testing.	Optimización diaria + A/B testing avanzado + Retargeting.
<b>REPORTES Y ANÁLISIS</b>			
<b>Reportes de Rendimiento</b>	Reporte mensual de métricas clave.	Reporte detallado + Análisis y recomendaciones.	Dashboard en tiempo real + Reporte ejecutivo con análisis de ROI.
<b>Medición de KPIs</b>	Visibilidad y Engagement.	Visibilidad, Engagement y Conversión (Leads).	Visibilidad, Engagement, Leads, CAC y análisis del ciclo de venta.

**Nota Importante sobre la Inversión en Pauta:** El presupuesto destinado a la inversión

publicitaria en las plataformas (Google, Meta, LinkedIn) es un costo separado y adicional a estos planes de gestión.

---

## 5. Recomendación Estratégica: ¿Cómo Elegir el Plan Adecuado?

- **Comience con el Plan BÁSICA si...** su objetivo principal es organizar su presencia digital, construir una imagen profesional y empezar a generar tracción orgánica en los primeros 6 meses.
- **Elija el Plan PROFESIONAL si...** está listo para competir seriamente. Este plan está diseñado para acelerar su crecimiento, capturar activamente la demanda existente y generar un flujo constante de prospectos. Este es el plan que recomendamos para un impacto significativo en el primer año.
- **Invierta en el Plan PREMIUM si...** su visión es el liderazgo absoluto del sector. Este plan implementa una estrategia omnicanal agresiva para posicionarlo como la autoridad #1 en el mercado.

Cada día que su ecosistema digital permanece desorganizado, está cediendo clientes y autoridad a su competencia. La pregunta no es si debe invertir, sino cuán rápido quiere empezar a dominar el mercado.

---

## 6. Preguntas Frecuentes (FAQ)

- **¿Por qué necesitamos una fase de "Planeación"?** Publicar sin estrategia es construir sin planos. Esta fase asegura que cada peso invertido trabaje para alcanzar sus objetivos específicos, maximizando el ROI y evitando gastos innecesarios.
  - **¿En cuánto tiempo veré resultados?** Los resultados de la pauta digital (SEM) pueden generar tráfico y leads en las primeras semanas. El posicionamiento orgánico (SEO) es una estrategia a mediano-largo plazo, con tracción significativa entre los 6 y 12 meses. Sin embargo, la transformación en la calidad y profesionalismo de su presencia digital será visible desde el primer mes.
  - **¿Qué pasa si ya tenemos a alguien que maneja las redes sociales?** Nuestro enfoque integra todas las piezas (web, SEO, redes, pauta) en una estrategia cohesiva. Podemos auditar el trabajo actual y colaborar para alinear todos los esfuerzos hacia los mismos objetivos comerciales, potenciando los resultados.
  - **¿Cómo sé que mi inversión está funcionando?** A través de nuestros reportes mensuales, enfocados en métricas de negocio: crecimiento de la visibilidad, generación de prospectos calificados (leads) y, en colaboración con su equipo, el impacto en ventas. La data le dará el poder de tomar decisiones informadas.
-

## **7. Condiciones de la Propuesta**

- Los precios presentados no incluyen IVA.
  - El presupuesto destinado a la pauta publicitaria en las plataformas (Google, Meta, LinkedIn, etc.) es un costo adicional y será facturado directamente por dichas plataformas o gestionado a través de nuestra agencia con total transparencia.
- 

## **8. Próximos Pasos**

1. Revisión interna de la propuesta por parte del equipo de Eneco-IC.
2. Agendar una reunión para resolver dudas y ajustar detalles.
3. Firma del acuerdo y Kick-off del proyecto.

El momento de actuar es ahora. Deje que WebPro Marketing Digital sea el socio estratégico que impulse a Eneco-IC hacia el liderazgo digital.

Atentamente,

El equipo de WebPro Marketing Digital