



# ACTIVIDADES DE PASANTIAS

To :

Alex Esteban Landeta Naranjo

## Introducción

Este documento detalla las actividades que el estudiante de Marketing llevará a cabo durante sus pasantías en Diablo de Cantuña Escuela de Sastrería. Como propietaria de la empresa y supervisor de las prácticas del estudiante, me comprometo a brindar una experiencia valiosa en donde pueda poner en práctica los conocimientos otorgados en la Universidad.

## Objetivo:

El propósito fundamental de estas prácticas es brindar al estudiante la oportunidad de poner en práctica sus conocimientos teóricos en un contexto empresarial real y obtener experiencia práctica en distintos aspectos del ámbito del Marketing.



## Actividades:

- 1. Investigación de mercado:** Realizar estudios para comprender mejor el mercado de la sastrería, identificar tendencias, preferencias del cliente y competencia.
- 2. Desarrollo de contenido:** Crear contenido atractivo y relevante para las redes sociales, el blog de la empresa y otros canales de comunicación, como artículos sobre moda, tutoriales de costura, historias de éxito de alumnos, etc.
- 3. Gestión de redes sociales:** Administrar las cuentas de redes sociales de la escuela de sastrería, incluyendo la creación de publicaciones, la interacción con seguidores, la programación de contenido y el análisis de métricas
- 4. Estrategias de SEO y SEM:** Optimizar el contenido web de la escuela para mejorar su visibilidad en los motores de búsqueda y gestionar campañas de publicidad en línea para aumentar el tráfico y generar leads.
- 5. seguimiento de tendencias de moda:** Mantenerse al día con las últimas tendencias de moda y estilos de sastrería, y utilizar esa información para adaptar las estrategias de marketing y ofrecer contenido relevante y atractivo para el público objetivo.



**6. Gestión de relaciones con clientes: Implementar sistemas de gestión de relaciones con clientes (CRM) para mantener un registro de clientes potenciales, seguimiento de leads, seguimiento de interacciones y personalización de comunicaciones para mejorar la retención y la lealtad de los clientes.**

**7. Email marketing: Crear y enviar boletines informativos y promocionales por correo electrónico para mantener a los alumnos y clientes actuales informados sobre eventos, promociones y novedades de la escuela.**

**8. Análisis de datos: Utilizar herramientas analíticas para evaluar el rendimiento de las estrategias de marketing, identificar áreas de mejora y elaborar informes periódicos para la dirección de la empresa.**

**9. Apoyo en la creación de materiales promocionales: Colaborar en el diseño y la producción de folletos, carteles, videos promocionales y otros materiales de marketing para promocionar los programas de la escuela y sus servicios.**

**10. Atención al cliente: Brindar soporte y atención personalizada a los alumnos actuales y potenciales, responder consultas, proporcionar información sobre los cursos y ayudar en el proceso de inscripción.**

**11. Monitoreo de la reputación en línea: Supervisar las reseñas y comentarios en línea sobre la escuela de sastrería, responder de manera proactiva a las inquietudes y comentarios de los clientes, y trabajar en la gestión de la reputación en línea para mantener una imagen positiva de la marca.**



EL DIABLO DE CANTUÑA

Escuela de sastrería

**12. Investigación y aplicación de nuevas tecnologías:** Investigar y proponer la implementación de nuevas tecnologías y herramientas de marketing digital, como realidad aumentada, realidad virtual, chatbots y aplicaciones móviles, para mejorar la experiencia del cliente y diferenciar la escuela de la competencia.

**13. Organización de concursos y sorteos:** Planificar y ejecutar concursos en redes sociales y eventos para aumentar la participación del público, generar interacción y aumentar la visibilidad de la escuela de sastrería.

**14. Programas de referidos:** Diseñar e implementar programas de referidos para alumnos actuales, exalumnos y clientes satisfechos, ofreciendo incentivos como descuentos en cursos o productos a cambio de referencias que resulten en nuevas inscripciones.

**15. Desarrollo de estrategias de marketing offline:** Explorar oportunidades de marketing fuera de línea, como la distribución de folletos en eventos locales o la participación en ferias de artesanía y mercados locales.