

# Diseño de Plan de Marketing en Redes Sociales para la Agencia de Viajes Imtrips

## PROBLEMA

La agencia de viajes gestiona sus redes sociales de forma empírica desde hace dos años, sin una estrategia digital estructurada.  
Bajo nivel de interacción en sus tres plataformas, pese a contar con seguidores y años de actividad constante.

## OBJETIVO GENERAL

Diseñar un Plan de Marketing en Redes Sociales para la Agencia de Viajes Imtrips, mediante estrategias de comunicación, para el posicionamiento digital de la marca.

## PROPUESTA

La propuesta se basa en un Social Media Plan orgánico de posicionamiento digital, conformado por:

- 2 plataformas prioritarias
- 4 pilares de contenido
- 4 herramientas de implementación



Marca

Accesibilidad



Visas

Destinos



Calendario

Identidad



Mockups

Presupuesto



Idear



Prototipar



Empatizar

Auditoría digital, entrevista a la gerente y encuesta a clientes



Definir

Buyer persona, Customer Journey Map, selección de plataformas y KPIs



Idear

Identidad visual, pilares de contenido y calendario editorial



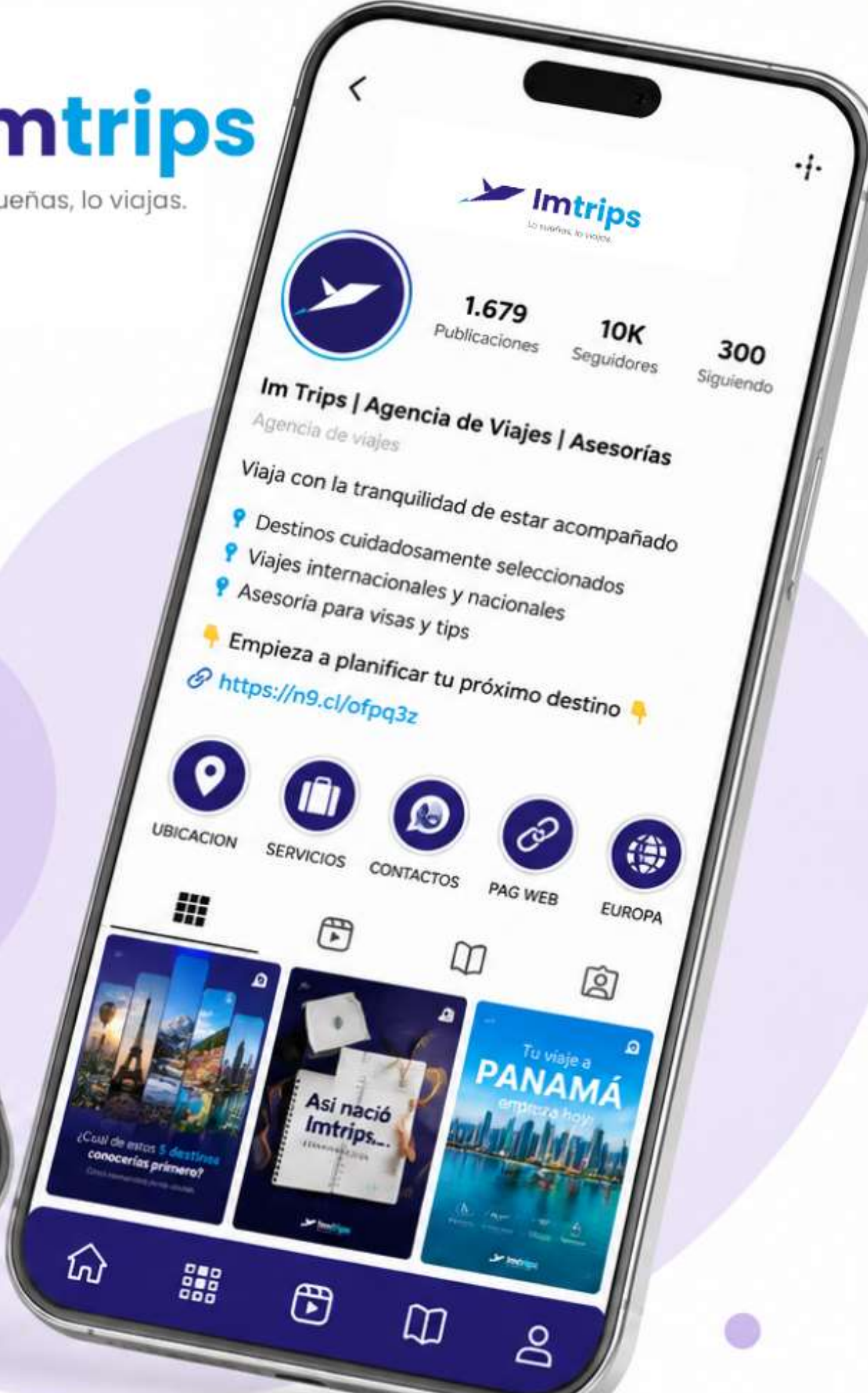
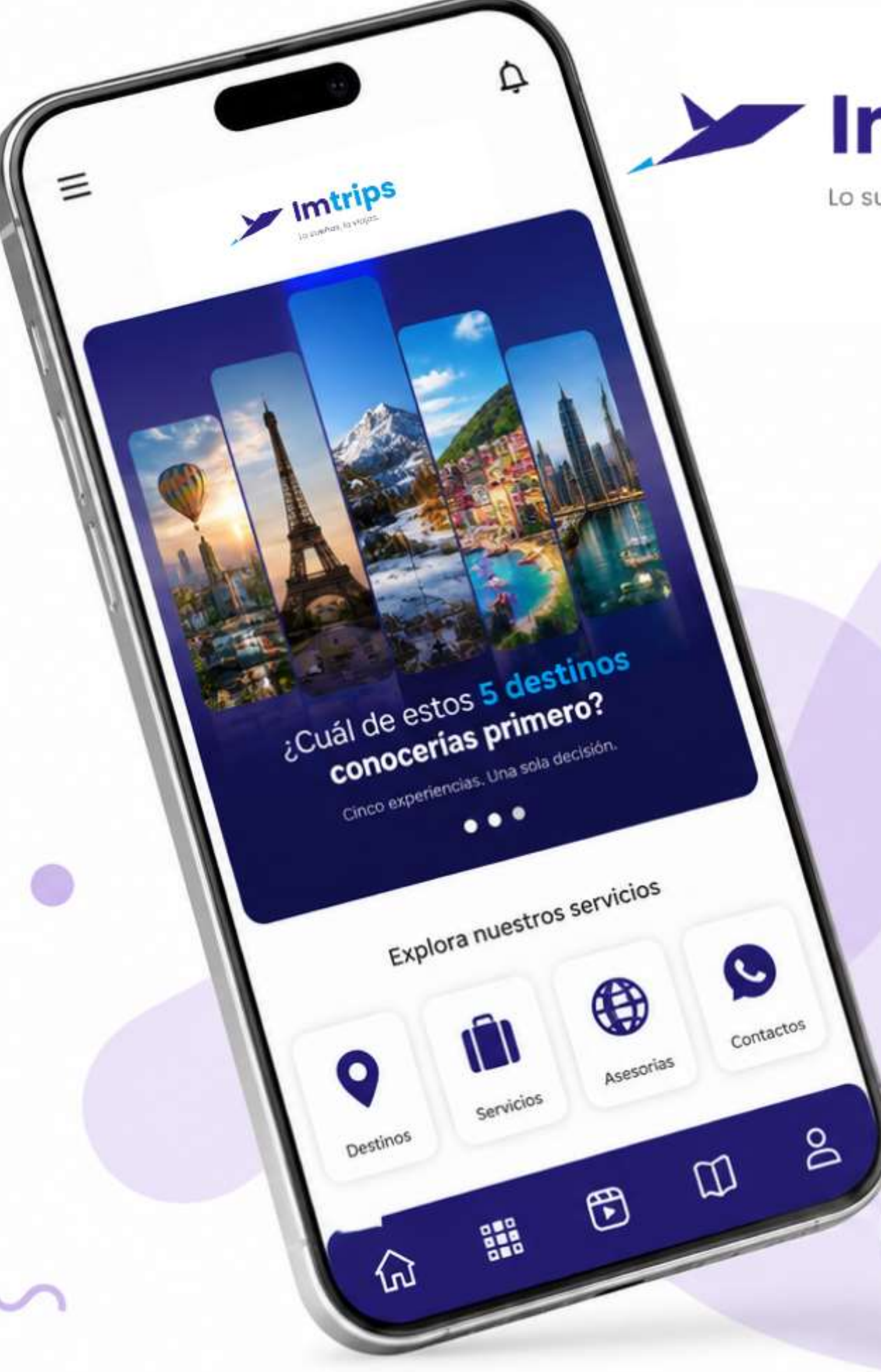
Prototipar

Mockups del feed y piezas de contenido de la Semana 1

## RESULTADOS



Lo sueñas, lo viajas.



RESULTADO DE EVALUACIÓN

Mediante una escala del 1 al 5, el prototipo obtuvo una calificación promedio de

4,8

Promedio obtenido



12345

## CONCLUSIONES

- La agencia cuenta con una ausencia digital y falta de estructura.
- Instagram se define como plataforma principal por su mejor calidad de leads.
- El proyecto entrega un sistema medible: identidad visual, calendario editorial y un prototipo listo para su implementación.