



Jhony Díaz
DWN2A

Decocraft

DecoCraft es una empresa dedicada a la venta de Papercraft en dos modalidades, en kits compuesto por plantillas ya recortadas para armar por los clientes más entusiastas, la segunda es la venta de modelos por pedido con una entrega no superior a 3 días y además ofrece la posibilidad de decoración de eventos con la temática seleccionada.



Presentación del Cliente

a. Buyer Persona

1. ¿Qué ve?

- Ventas de Papercraft y diseños en tiendas.
- Él los hace en su tiempo libre.

2. ¿Qué oye?

- Tiene pedidos eventuales.
- Sigue en redes sociales que se dedican a la venta de Papercraft.

3. ¿Qué piensa y siente?

- A Lucas le preocupa el pago de la matrícula de su universidad.
- Objetivo principal es generar ingresos para solventar esta situación.
- Abrir una tienda física para vender sus modelos.

4. ¿Qué dice y que hace?

- Suele jugar juegos de plataforma con sus amigos.
- Le encanta estar al día en temas de la agenda cultural.
- Arma modelos de Papercraft en su tiempo libre.

5. Esfuerzos

- No poder concretar sus planes o que le lleven más tiempo del que le tiene destinado.
- Cumplir con los tiempos de entrega.

6. Resultados

- Ventas constantes.
- Pedidos con una temática definida.
- Venta de plantillas ya recortadas solo para armarlas por el

Lucas, tiene 23 años, introvertido, no sigue modas. Es estudiante universitario de arquitectura. Sus padres le ayudan con el pago de su carrera. Además, trabaja los fines de semana en un café para reunir dinero para la compra de los materiales de sus maquetas. Nivel de ingreso medio.

Lucas, es estudiante de arquitectura, ya se encuentra en el último año con buenas notas, ama su carrera. Le gusta realizar renders de sus proyectos y ha perfeccionado sus técnicas así que no se podría diferenciar una fotografía de un edificio a un render hecho por él. Por otro lado, hacer las maquetas de estos proyectos le encanta y les dedica tiempo, asimismo casi por casualidad se topó con el modelado tridimensional en papel de otros proyectos más allá de los edificios, y conoció la técnica de Papercraft. Al principio no entendía como funcionaban, y como se armaban, pero con un poco de cuidado y chequeando las instrucciones los pudo armar fácilmente. Durante los fines de semana trabaja en el café cerca a la facultad durante el día. Durante las vacaciones de verano, suele viajar a Mar del Plata, allí viven unos familiares suyos.

Durante el tiempo que no está estudiando o trabajando, suele jugar juegos de plataformas con sus amigos, esta al tanto de los eventos que organiza la ciudad, visita frecuentemente el centro cultural Recoleta y cuando está de estresado del caos de la ciudad camina en la reserva ecológica o los bosques de Palermo. Lucas, le fascinan las series de misterio, donde en cada capítulo van revelando pistas para resolver el enigma. Hace hipótesis de quién es el asesino con sus amigos y odia que le hagan spoilers. Lucas, no es de hacer deportes, pero va al gimnasio de la facultad 2 veces a la semana.

Lucas vive en Caballito y toma el colectivo para ir a la facultad todos los días. Y almuerza en la cafetería de la facultad. Al menos una vez a la semana come en un bar con sus amigos.

Sigue canales en YouTube sobre foto realismo, Photoshop, sketchup, y Papercraft. Además, Instagram tiene alrededor de 1500 seguidores que interactúan con su contenido de arquitectura y modelos tridimensionales. Frecuentemente esta en las redes sociales antes de entrar a clases y luego, si puede, las chequea en el colectivo de regreso a casa.

Lucas lo motiva terminar su carrera, ya le falta poco. Sueña con ser un gran arquitecto, poder trabajar en grandes estudios y obtener esa experiencia que la facultad no enseña. Desea poder comprar un auto y poder independizarse de la casa de sus padres.

una tienda física para vender sus modelos, asimismo de poder dar talleres para que las personas aprendan a armar estos rompecabezas tridimensionales.

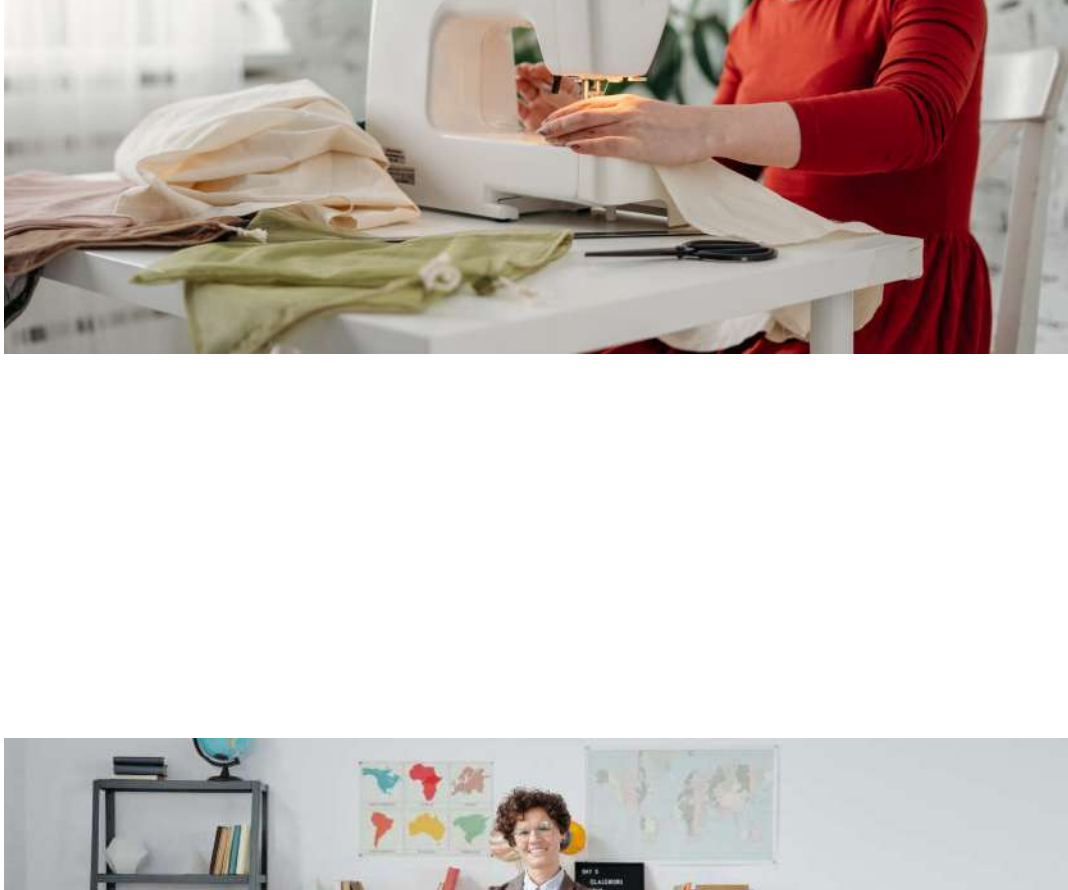
Lucas suele jugar juegos de plataforma con sus amigos, le encanta estar al día en temas de agenda cultural de la ciudad y suele ir a menudo a los espacios verdes, como la reserva o los bosques de Palermo. Es un poco tímido para hacer nuevos amigos, pero cuando logra hacer conexión con alguien hablará por horas.

Los mayores miedos de Lucas es no poder concretar sus planes o que le lleven más tiempo del que le tiene destinado, esto lo frustra mucho y teme que en su emprendimiento le pueda suceder estas cosas y no pueda entregar a tiempo un proyecto. Sabe que la responsabilidad y los tiempos entrega es lo más importante si quiere que su negocio prospere en el tiempo.

Lucas espera tener éxito en su emprendimiento, tener unas ventas constantes sin que estas lleguen a ocupar todo su tiempo, ya que tiene destinado una parte importante en sus estudios de la universidad. Para iniciar puede lograrlo creando un número limitado de cada modelo y poner a la venta con esta cantidad de tope con la finalidad de poder cubriéndolas a su tiempo antes de quedarse sin inventario. Por otro lado, dar la posibilidad de realizar pedidos grandes de varias piezas con una temática en especial con una anticipación razonable. La otra opción de venta que tiene es la venta de las plantillas ya recortadas solo para armarlas por el comprador, es un poco menos de trabajo, pero aspira poder comprar una máquina que realice estos cortes de manera automática lo cual le

Presentación del Consumidor/es . Buyer Persona

Matilda, tiene 19 años, femenina. Es introvertida, no sigue modas. Es estudiante de una carrera de diseño y tiene un trabajo los fines de semanas en un café cerca de su residencia. En su tiempo libre le gusta hacer manualidades, ver series en la Tv, hablar con sus amigas y caminar por los parques. Vive en capital, y toma todos los días el subte para ir a la facultad, sigue muchas cuentas en redes como Instagram y YouTube de "detalles" y de la temática de "hacerlo vos mismo". Le encantan los animales, y un día vio la publicidad de los Papercraft y le pareció interesante y copado poder hacer uno de su animal favorito y colocarlo en su habitación



Mariana 31 años, tiene una pequeña tienda en el barrio donde hace vestidos por encargo. Es una chica extrovertida y excentrica, está al tanto de las pasarelas de París y Nueva York para estar en sintonía con las nuevas tendencias. Los fines de semana le encanta ir al teatro y ver los vestuarios para utilizarlos de inspiración en nuevas piezas. En su tiempo libre asiste a foros y exposiciones de ropa, y visita frecuentemente la costanera sur, caminar, ver la naturaleza la relaja. Por otro lado, ve series en Netflix de la época victoriana, le fascina ver los vestidos que usaban las monarcas y la cantidad de detalles que tenían. Vive en el barrio de San Telmo y su local está muy cerca del mercado de San Telmo, por lo que muchos turistas pasan por su tienda y conocen sus diseños. Ella prepara sus comidas y mantiene una dieta libre de alimentos conservados. En sus ratos libre chequea sus redes sociales y sube fotos de sus diseños, también revisa las cuentas de diseñadores de alta costura. Trabaja de lunes a viernes en su taller, y camina desde su casa al trabajo. Revisa sus redes sociales usualmente en las noches, cuando está en su casa. Sueña con poder vestir a las actrices del cantando, ganar reconocimiento en el mundo de la alta costura. Su pasión por los vestidos la obliga a hacer piezas personalizadas por lo cual son únicos, no hay dos iguales. Lo cual le lleva más tiempo en cada prenda para darle su toque personal. Su vitrina la cambia cada quince días, pero quiere para el cambio de estación, en el inicio de la primavera hacer una vitrina muy llamativa con elementos que den armonía y un toque mágico a sus vestidos, por lo cual pensó en colocar grullas de papel y flores de muchos colores simulando un jardín.



Marisol, 35 años, maestra de sexto grado. Da clases en una escuela privada de lunes a viernes. Tiene una personalidad muy alegre y jovial. Le gusta viajar a la playa durante el verano. Va a clases de zumba en las tardes luego de salir de su trabajo. Y ama salir a bailar al menos tres veces al mes. Vive en Caballito y trabaja en Belgrano, toma un colectivo todos los días para ir y venir. Por lo general lleva su comida al trabajo ya que cuentan con un pequeño comedor donde almorzar. Marisol es madre de un niño de 8 años, que asiste también al colegio donde ella trabaja. Procura pasar los fines de semana con su familia, ir al parque, shoppings o actividades que organiza la ciudad para los niños. Está al tanto de las actividades y fechas conmemorativas que se acercan para ir pensando en la ambientación que le dará a su salón de clases, sigue muchos canales de YouTube dedicados a las manualidades donde se inspirará para estas campañas. Revisa usualmente sus redes sociales en las mañanas antes de salir al trabajo y luego ya al final de la noche cuando termina con los quehaceres del hogar. Le apasiona dar clases y que sus estudiantes aprendan y lleguen lo mejor preparados al liceo. Quiere tener un poco de tiempo libre, para pasar con familia y tiene la necesidad de comprar kits de Papercraft para armar conjunto con sus estudiantes y así no tener que pasar una noche armando para cada uno.

Objetivos Comerciales del Cliente

a. Objetivos que el cliente

- Tener un volumen constante de ventas.
- Ampliar los modelos que ofrece en su tienda.
- Ofrecer online la venta de todos sus Papercraft.

b.-. Análisis del ROI

- El precio que pagará por el e-commerce: \$15.000
- El precio del producto Papercraft modelo gato es de \$ 300
- Para obtener un ROI igual a 0% debería vender 50 Unidades
- Para obtener un ROI mayor al 25% debería vender 63 Unidades
- Para obtener un ROI mayor al 100% debería vender 100 unidades

c. Objetivos SMART

1. Aumentar las visitas del sitio web en un 50% (de 1.000 a 1.500 al mes) en dos meses para la realización de estos modelos. En su lugar, el sitio web mediante la optimización del e-Commerce con el uso de las palabras claves correctas, confirmación del sitio en Google My Business y optimización de las imágenes.
2. Aumentar el tráfico hacia el E-Commerce desde las redes sociales en un 60 %, pasando de 2.000 a 3.200 visitas, en un plazo de 5 meses.
3. Aumentar las ventas en un 20% (de \$80.000 a \$96.000 pesos mensuales) en los próximos 6 meses, a través de campañas de email marketing con nuestros clientes.
4. Aumentar la cantidad de clientes en un 20% (entre los 100 y 200 nuevos clientes) durante los siguientes 12 meses. Utilizando Google Adds con campañas de video enseñando a los potenciales clientes como armar Papercraft.
5. Incrementar el número de seguidores en las redes sociales un 50% (de 1500 a 2250) en los próximos 6 meses, con la promoción de kits de plantillas gratuitas especial para nuevos usuarios.

Medición de los objetivos:

a. Objetivos que el cliente

- Se uso la métrica de usuarios nuevos para conocer la cantidad de personas que visitan el sitio por primera vez y así poder determinar la actividad de los medios de optimización hechas en el sitio web.
- Se tomó como referencia la métrica de duración promedio para conocer que tiempo está en los productos de la tienda el potencial comprador, si el usuario le parece interesante la información publicada y si lo tiempo de ver todas las fotos con la descripción de los productos.
- Se verificó la tasa de objetivos cumplidos con el objetivo de determinar la cantidad de usuarios que se suscriben al newsletter para así afinar las campañas que serán enviadas a estos suscriptores.
- Se tomó como referencia cuantas unidades se retiraron al carrito, para determinar si existen problemas para hacer la compra, si existe confusión en el diseño y estudiar los motivos que pueden ser causales de esta situación.

A continuación, el panel con las métricas usadas:

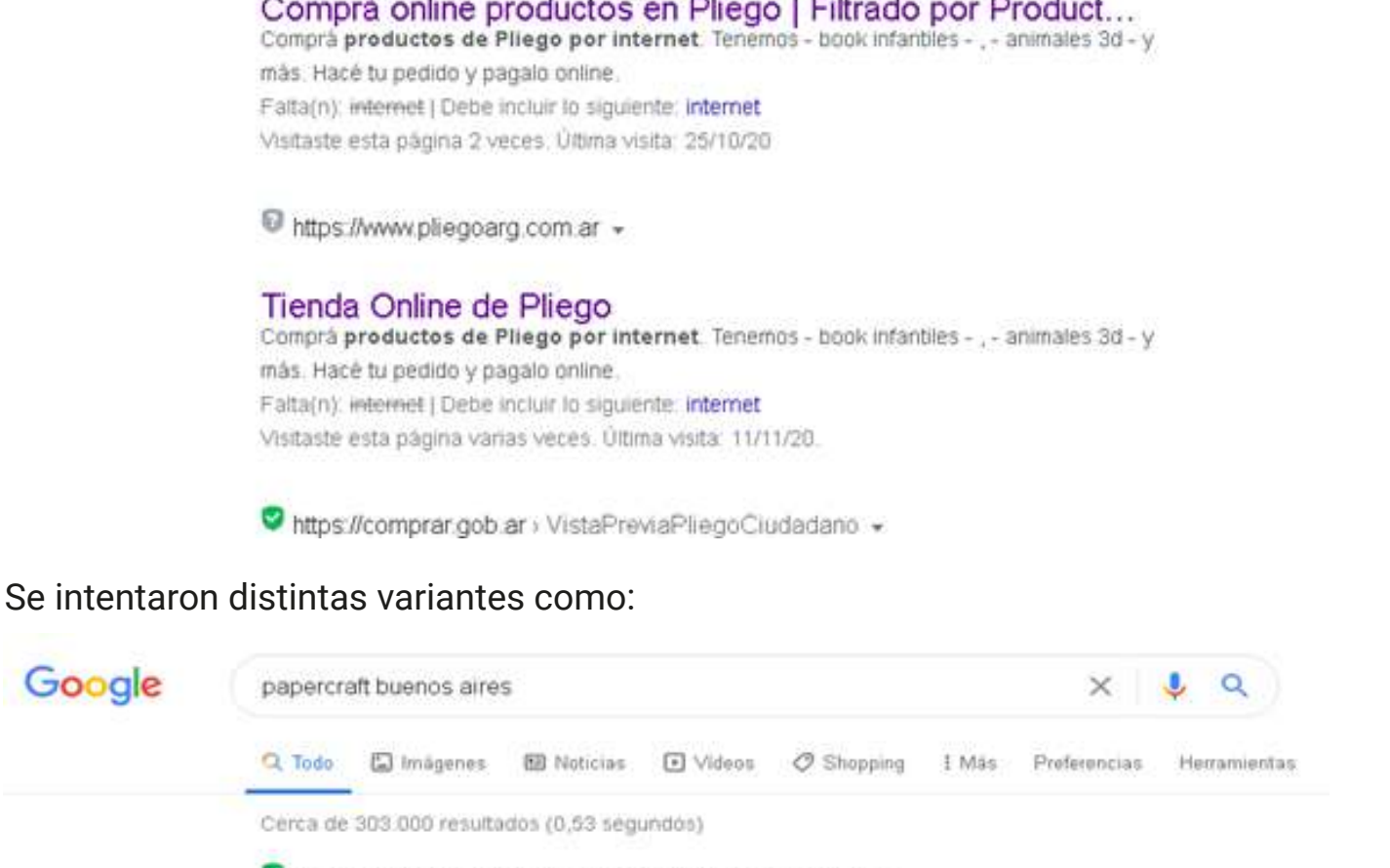


Posicionamiento en buscadores:

a. SEO:

i. Auditoría del competidor.

a. Presentación del Competidor
Nombre: Pliego Arg
Sitio Web: <https://www.pliegoarg.com.ar/>
Vista del SERP:



b. Descripción de las palabras clave con las que aparece ese competidor:
El competidor aparece con las palabras claves: productos de Pliego por Internet



Con la búsqueda de "Papercraft Buenos Aires" arrojó resultados como modelos



Finalmente, se probó la combinación de "esculturas de papel en buenos aires". Fue la que arrojó los peores resultados. En primer lugar, un anuncio de la fundación Sudestada, un espacio de arte seguido de las recomendaciones de mercado libre, que no tenían realmente el producto solicitado. Con la búsqueda de "modelos de papel para armar buenos aires" se obtuvo una respuesta similar, el primer resultado de plantillas para armar de mercado libre seguido de imágenes de modelos ya hecho en los sitios de Pinterest.

En conclusión, el competidor principal no usa las palabras claves del producto y solo se refiere a sí mismo como venta de pliegos para armar, dejando un importante sector de búsqueda no incluido. Al ser el Papercraft un producto poco comercializado en Buenos Aires, los otros referentes en venta de Papercraft no basan su negocio en el mismo, si no, como un adicional. Por ejemplo: Papeleando, <https://www.papeleando.com/>, quien ofrece una variedad de productos de papel que complementa con algunos modelos chicos. Para el proyecto Decocraft es importante poder variar el producto con las palabras claves: Papercraft, modelos tridimensionales, esculturas de papel, animales en papel. Para las cuales no existen actualmente una propuesta de compra directa de los mismos.

c. Auditoría SEO: aspectos a analizar.

Se realizará la auditoría en el sitio de la competencia para evaluar:

Indexación	Accesibilidad	Meta etiquetas	Navegación
☒ Mapa del sitio ☒ Cantidad de páginas indexadas	☒ Robots.txt. ☒ Página 404	☒ Título ☒ Descripción ☒ Etiqueta Alt.	☒ Arquitectura URL ☒ Profundidad ☒ Enlaces internos

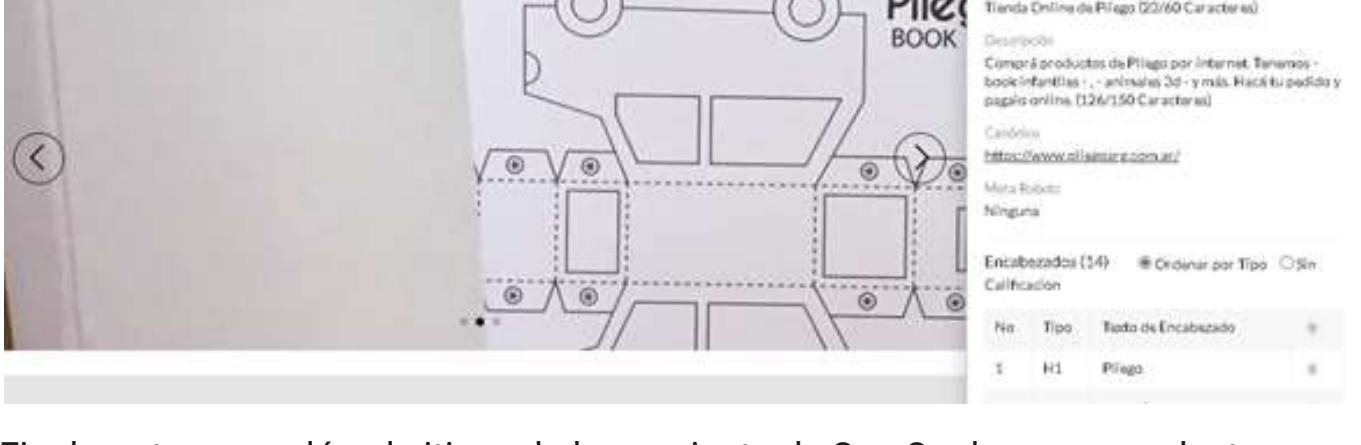
On Page	Off Page	Contenido
☒ Tiempo de carga ☒ Encabezados ☒ Errores 404 - 500	☒ Enlaces entrantes ☒ Enlaces salientes ☒ Social SEO	☒ Palabras clave ☒ Texto ancla ☒ Nombre de los archivos.

d. Herramientas utilizadas para realizar la auditoría.

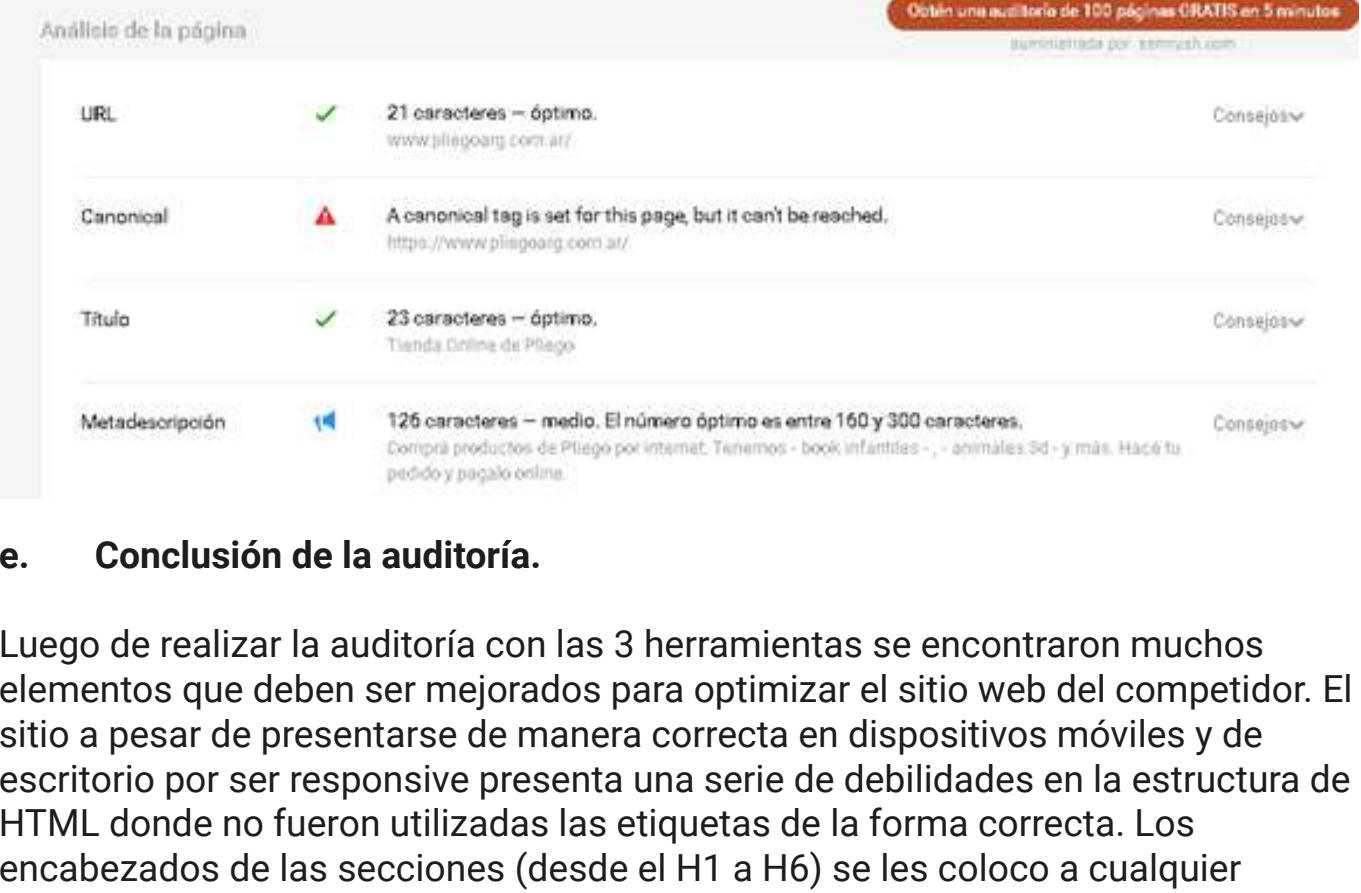
Se usaron las siguientes herramientas para realizar la auditoría:



En primer lugar, se realizó la auditoría en el sitio web de la competencia en Page Speed insights obteniendo resultados de 667%, para la versión móvil y 93% para el sitio web. Se pudo determinar que el sitio cuenta con una parte de imágenes no optimizada en tamaño y formato. Además, se sugiere mejorar el tiempo de carga y también quitar elementos de JavaScript que no realizan ninguna operación en el sitio.



Posteriormente, se evaluó el portal de Pliego Arg en la herramienta de SEO Minion. Y se determinó que no existen enlaces para errores 404. Por otro lado, la estructura de los encabezados no presenta palabras claves y se aprecia que se usaron más de forma estática (para hacer crecer texto) que de forma semántica. Se observó que la descripción del sitio está optimizada, y no supera los 150 caracteres recomendados. Es de resaltar, que el sitio cuenta con 60 imágenes, pero 13 de ellas no cuentan con un texto alternativo que ayude al crawler.



Finalmente, se evaluó el sitio en la herramienta de Seo Quake, que nos destaca que la Relación Texto/HTML es muy poca, cercana al 25% lo cual no la hace muy óptima para el SEO. Y en esta misma línea, el sitio no cuenta con el archivo robots.txt ni mapa del sitio, aunque sí cuenta con las etiquetas de Google Analytics. Parece que se inició el proceso para SEO pero no se terminó correctamente.

e. Conclusión de la auditoría.
Luego de realizar la auditoría con las 3 herramientas se encontraron muchos elementos que debían ser mejorados para optimizar el sitio web del competidor. El sitio a pesar de presentarse de manera correcta en dispositivos móviles y de escritorio por ser responsive presenta una serie de debilidades en la estructura de HTML donde no fueron utilizadas las etiquetas de la forma correcta. Los encabezados de las secciones (desde el H1 a H6) se les colocó a cualquier elemento solo para destacarlos visualmente (para realizar estos crecimientos de fuentes se deben realizar desde el CSS) y no con el uso incorrecto de etiquetas. Por otro lado, en lo relacionado con las imágenes se deben mejorar el tamaño de las mismas, al tener mucho peso tardará más el explorador en renderizar el sitio y es posible que el usuario se vaya. Además, el 22% de estas imágenes no cuentan con un texto alternativo ni nombre adecuado que ayuden al crawler tener un contexto de estas y las pueda mostrar en la búsqueda. Respecto a los enlaces, no están optimizados para darle importancia a las palabras claves que ayuden a la SERP. No existe página 404 ni 500. Tampoco el archivo robots.txt, pero sí esta la etiqueta del Google Analytics se podría suponer que se inició el proceso de inspección, pero no se terminó adecuadamente. Revisando entre de los enlaces externos se detectó el sitio <https://pliego.mitlenda.com.ar/> que es una copia del sitio <https://www.pliegoarg.com.ar/> y al dar clic en cualquier producto del sitio de pliego.mitlenda.com.ar redirige al pliegoarg.com.ar siendo algo confuso si un usuario está viendo los la barra de navegación, se podría pensar que al enviarlo a un sitio externo idéntico se pudiera tratar de un fraude. Además, no existe la palabra Papercraft en ninguna parte del sitio, siendo esta la técnica usada para la realización de estos modelos. En su lugar, el sitio usa "pliegos de internet", por lo que en la búsqueda no aparece relacionado con el Papercraft y aparece en los resultados de pliegos de licitación de obra. Por lo que en portales como Pinterest nunca podrán asociar este con los resultados de esta técnica de modelaje tridimensional de papel, perdiendo una parte importante de posibles clientes. Por otro lado, las etiquetas meta description y meta title cuenta con los caracteres recomendados.

ii. Propuesta para el cliente.

Luego de realizar la inspección del sitio web de Pliego Arg con las herramientas de Page Speed insights, SEO Minion y Seo Quake. Se encontraron una cantidad de falencias que deben ser corregidas para el SEO, en resumen, los puntos que se deben corregir son:

- Estructura de Encabezados.
- Optimización de imágenes.
- Chequeo de enlaces.
- Palabras Claves.

Para la realización del cronograma de optimización en el sitio de pliego Arg se iniciará por la correcta selección de las palabras claves para dar la relevancia adecuada al sitio. Seguido de los análisis de la estructura del contenido, donde se busca mejorar la semántica del sitio para que el crawler pueda indexar de forma adecuada el contenido. Aunado en este punto, el uso adecuado del tamaño de las imágenes para las distintas resoluciones y colocar el texto alternativo a las que les hace falta. En tercer lugar, el mantenimiento técnico del sitio web para el cliente perciba que es un sitio en actualizado y que cada temporada hay nuevos productos. Y, por último, controlar si todas estas acciones hay contribuido de forma correcta a la indexación en Google y si ha mejorado sus resultados.

iii. Página “acerca de mi” optimizada.

Decocraft

En Decocraft queremos que marques la diferencia. Podes darle ese toque personal al espacio que desees decorar. Si estas corto de tiempo, no te preocupes, te damos una mano y los **armamos para vos**.

Si te gustan los **retos, los rompecabezas y las manualidades**, ¡No pierdas tiempo! Podes armar tu modelo favorito, todo lo que necesitas esta dentro de nuestros kits, además cuentas con vídeo tutoriales del modelo seleccionado. ¿Qué esperas?

¿Qué es el Papercraft?

El Papercraft es una técnica para la construcción de figuras tridimensionales en cartulina, es similar a armar un rompecabezas tradicional con la gran diferencia que es en 3D. Solo necesitas nuestros kits, un poco de pegamento y paciencia para tener algo increíble.

¿Quiénes somos?

DecoCraft es un emprendimiento desarrollado por Lucas, un joven estudiante de arquitectura de 23 años, su experiencia haciendo maquetas de desarrollos urbanísticos sirvieron de base para la creación de estos modelos tridimensionales. Al conocer los modelos de Papercraft, este se volvió su nuevo pasatiempo favorito. La experiencia al hacer varios modelos le ayudo a perfeccionar su técnica y reducir los tiempos de armado. Sus modelos favoritos son los dragones, criaturas mitológicas, odiadas por unos y amadas por otros.

En DecoCraft te ofrecemos decorar con un sello único, para lograrlo ponemos a tu disposición nuestros modelos tridimensionales en papel resistente de animales, superhéroes, figuras navideñas, objetos o lo que puedas imaginar. Podes divertirte armándolo vos o con tus amigos, también podés tener modelos ya listos para ese regalo único.

Somos una empresa joven, dinámica, creativa y responsable con la vocación de dar un buen servicio a todos nuestros clientes. Cualquier duda, consulta o recomendación podés hacerla acá y pronto te estaremos respondiendo.

También podés compartir tu modelo finalizado con nosotros y lo compartiremos en nuestro Instagram.

Productos

Tenemos modelos para todos los gustos, te presentamos la última colección:

animales



Máscaras



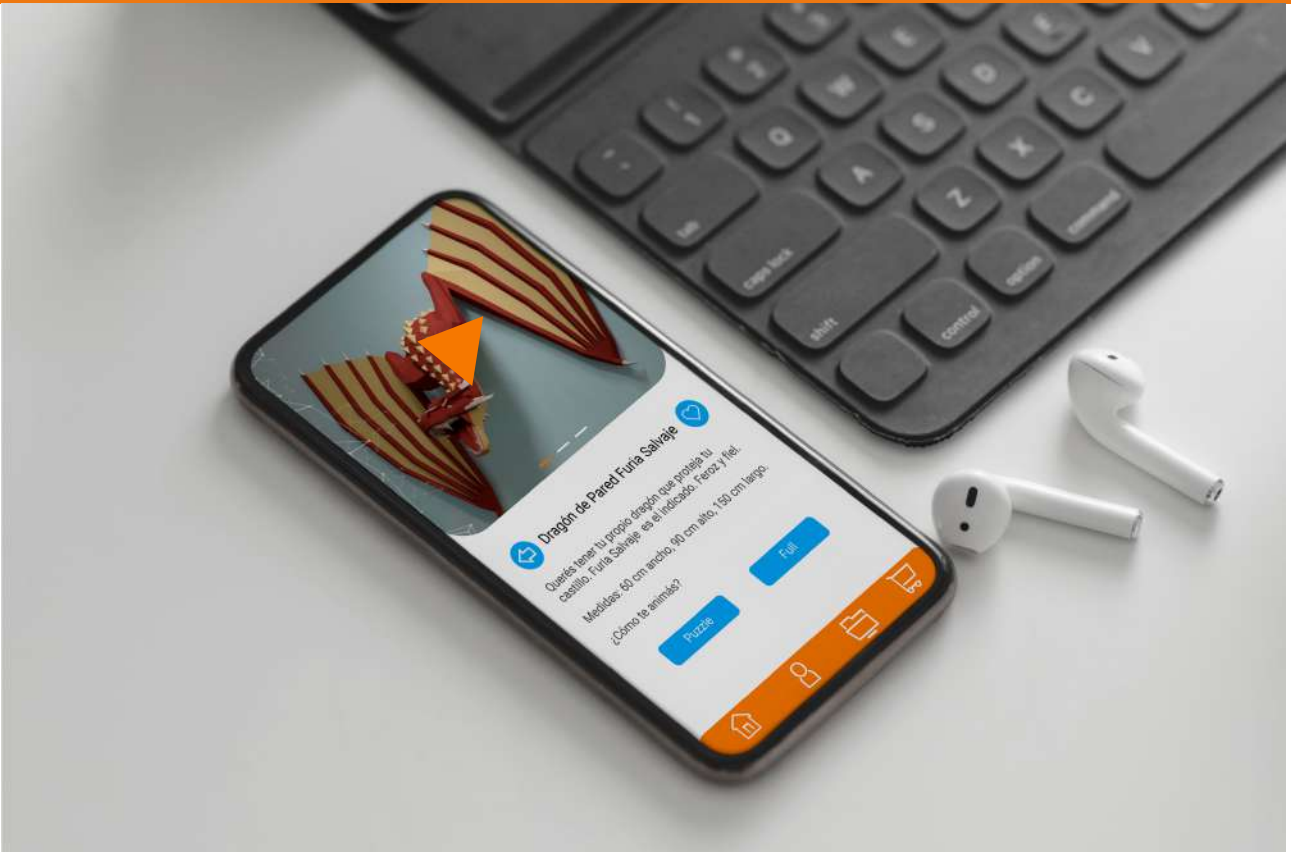
Variados



b. SEM:

Campañas a realizar.

Luego de realizada varias entrevistas a potenciales clientes, se descubrió que el mayor miedo de estos era no poder armar el modelo de Papercraft. Que las instrucciones escritas no fueran lo suficientemente claras y abandonaran el proyecto frustrados. Por lo que se tomo la decisión que la campaña adecuada para atraer nuevos clientes estará basada en anuncios de vídeo, principalmente in stream, que enganchen la atención del cliente con la cantidad casi ilimitada de modelos que se pueden hacer y así mismo indicando que cualquier persona los puede armar sin complicaciones. Para complementar la campaña se realizarán anuncios tipo shopping, para promocionar el inventario de la tienda, los productos nuevos y así aumentar el tráfico al sitio web.



c. Palabras Clave:

i. Palabras Clave de SEO

Se entiende que al realizar la búsqueda las palabras claves son de bastante importancia, no se pueden usar términos muy generales ya que existe demasiada competencia por las mismas. Las palabras claves que se usarán en Decocraft dependiendo de la intención del potencial cliente serán las siguientes:

INFORMACIÓN

- ¿Cómo hacer figuras tridimensionales de papel?
- ¿Se pueden hacer esculturas con papel?
- Modelo de dragón para decorar (puede ser cualquier animal u objeto, lo ideal es que el crawler sepa que cuento con ese modelo)
- ¿Qué materiales usar para un Papercraft?

NAVEGACIÓN

- Por navegación: www.decocraft.com.ar
- De marca: Decocraft.
- Del producto: Papercraft.

COMERCIAL

- Las mejores esculturas de papel.
- Origami/Papercraft para decorar.
- Plantillas de papercraf.
- Papercraft con envíos gratuitos.

TRANSACCIONAL

- Precios de papercraft / plantillas de papercraft.
- Comprar papercraft.
- Comprar kits para armar esculturas de papel.
- Papercraft de gatos baratos.

MULTIMEDIALES

- Ejemplos de papercraft.
- Decoración de vitrinas en papel.
- Tutoriales de como armar modelos de papercraft.

Y las palabras claves según su longitud serán las siguientes:

Head	Middle Tail	Long Tail
Papercraft	Modelos de Papercraft	Modelos de Papercraft en Buenos Aires
Decoración	Decoración de Vitrinas	Decoración de vitrinas con figuras de papel
Cartulina	Esculturas en Cartulina	Esculturas en cartulina para mi habitación
Plantillas	Plantillas para armar	Plantillas para armar de perros

Se realizó posteriormente la búsqueda de las palabras claves en las herramientas de keywords se determino que los usuarios en Argentina tienen mayor inclinación por las siguientes combinaciones:

- Según KWFinder
- Paper craft (separada la palabra) Iron man.
 - Papercraft para niños.
 - Canon paper craft.
 - Papercraft de pikachu.

Estos resultados provee de información muy importante sobre las temáticas más buscadas por los potenciales clientes en relación del papercraft, las que son asociadas a pokemones o héroes de marvel se les debe dar mayor énfasis para captar a este público. (Ver anexo 1)

Por otro lado, en la herramienta de keyword tool (ver anexo 2) resalta las siguientes palabras clave:

- Papercraft Minecraft
- Papercraft plantillas
- Papercraft Pokémon
- Papercraft among us

Esta búsqueda concuerda algunas palabras, además de agregar las temáticas de Minecraft y Among us.

La mejor herramienta fue answerthepublic (Ver anexo 3), quien presenta mayor variedad de términos buscados por los usuarios. Y presenta claridad de las posibles combinaciones que se pueden realizar en la búsqueda. Desde los pronombres interrogativos ¿Qué?, ¿Cuándo?, ¿cómo?, ¿dónde?, ¿por qué?, hasta el uso de preposiciones, comparación

ii. Palabras Clave de SEM

Concordancia amplia

Cuando se usa palabras clave con concordancia amplia se corre el riesgo de que que el tráfico que se capta o para el que se muestra el anuncio sea de menor calidad, ya que se pueden colar términos de búsqueda que no estén relacionados con el negocio.

- Papercraft.
- Decoración.
- Modelos tridimensionales de papel.
- Rompecabezas tridimensionales.
- Decoración en papel.
- Origami.

Concordancia modificada

La ventaja de usar palabras clave con concordancia modificada es que se asegura que el término clave este en la búsqueda con un signo de +, dejando así términos que pudieran traer tráfico no deseado.

- +Papercraft +Pokémon
- +Papercraft +plantillas
- +paper +craft

Concordancia de frase

Esta búsqueda la realizamos entre comillas para que aparezca solo cuando el usuario coloque en el buscador esta frase, pero no limita que puede haber más palabras que acompañen la investigación.

- “Papercraft tutoriales”
- “Papercraft papel animales”
- “esculturas de papel”

Concordancia exacta

En esta opción se restringe cualquier otro término para el cual se piensen las campañas, solo se mostrará a clientes que coloquen en el término exacto.

- [Papercraft en Buenos Aires]
- [videos de Papercraft]
- [DecoCraft]

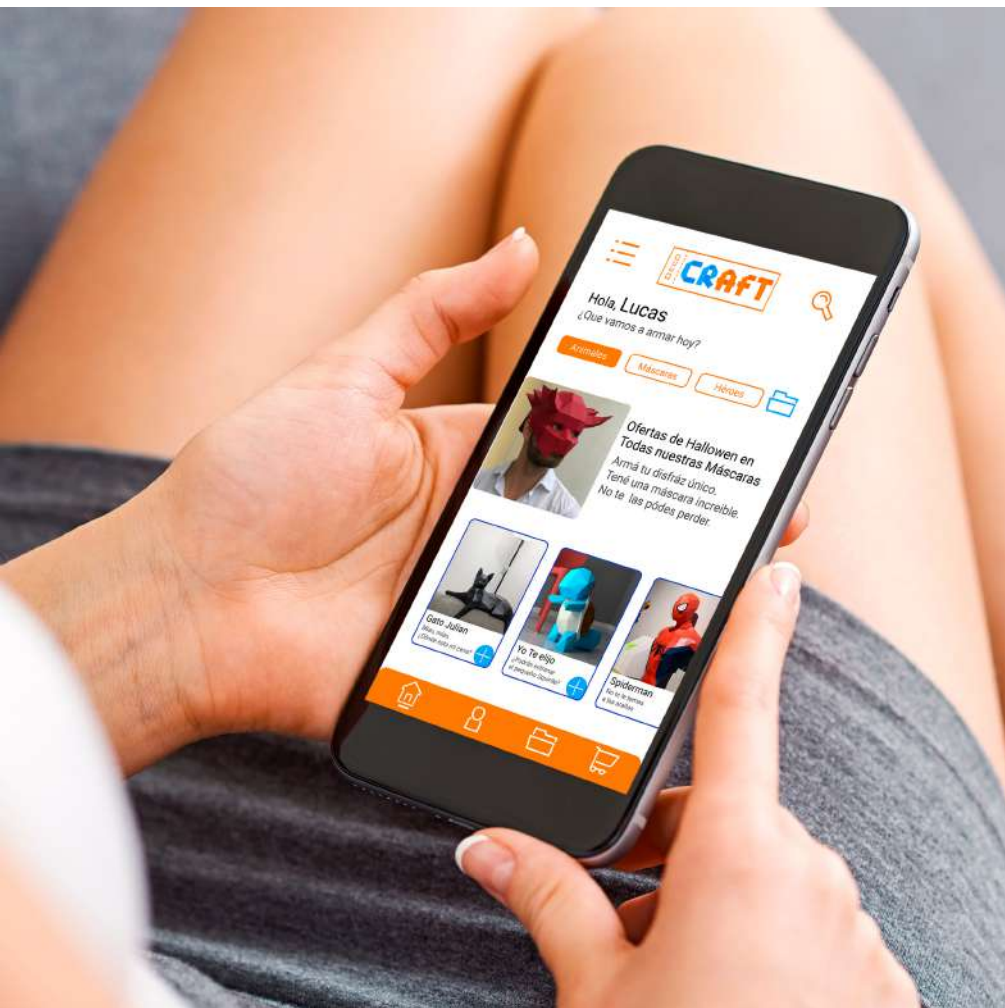
Concordancia negativa

También existe la posibilidad de excluir palabras, esto da la ventaja de no invertir en publicidad en usuarios que no será de su agrado el producto

- -difícil

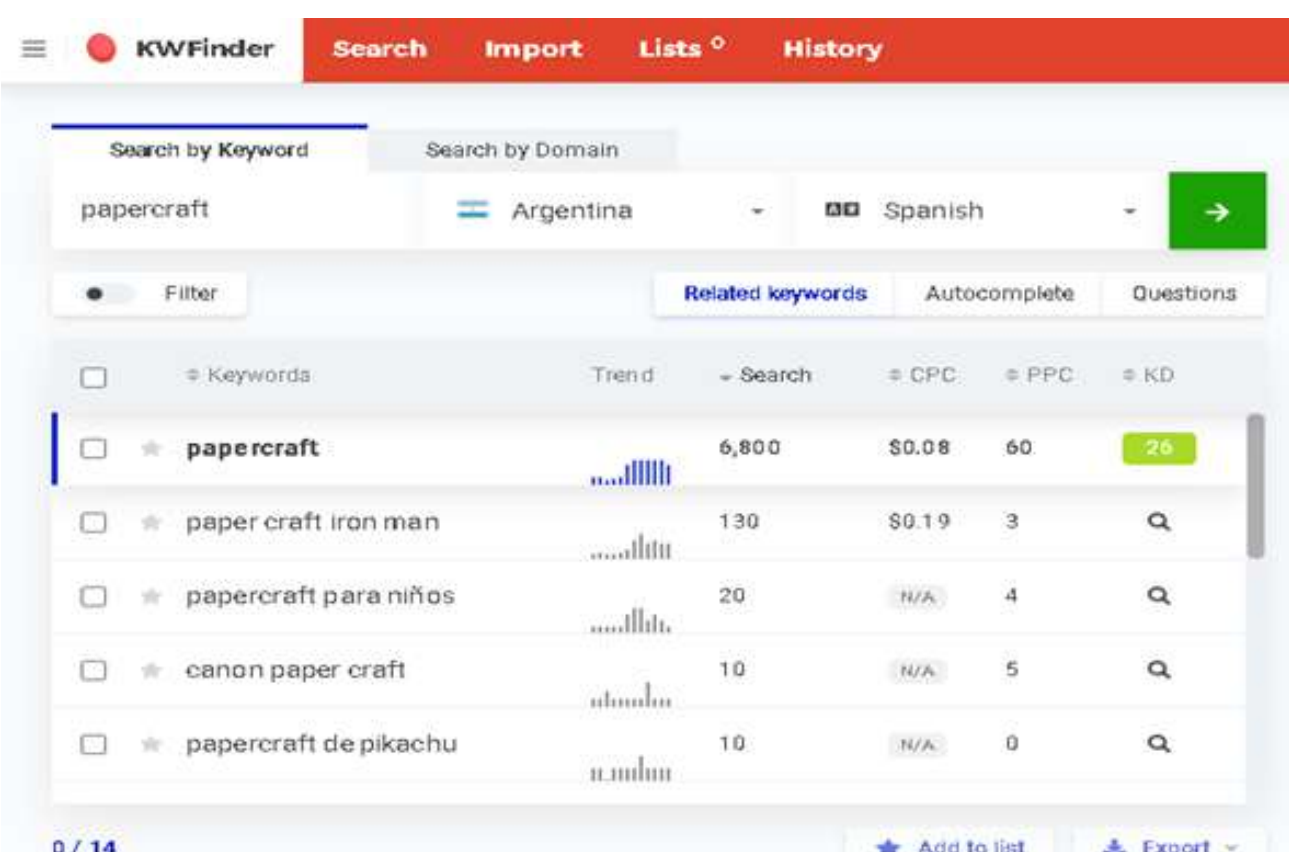
d. Resultados esperados:

Se espera que con el uso del SEM lleguen nuevos clientes, se desmitifiquen que se necesita grandes talentos para armar algún modelo en particular. Mostrara la cantidad de los productos que se ofrecen en la tienda y lograr a lo largo el plazo el posicionamiento SEO con las mejoras que se le realizaran al sitio web.

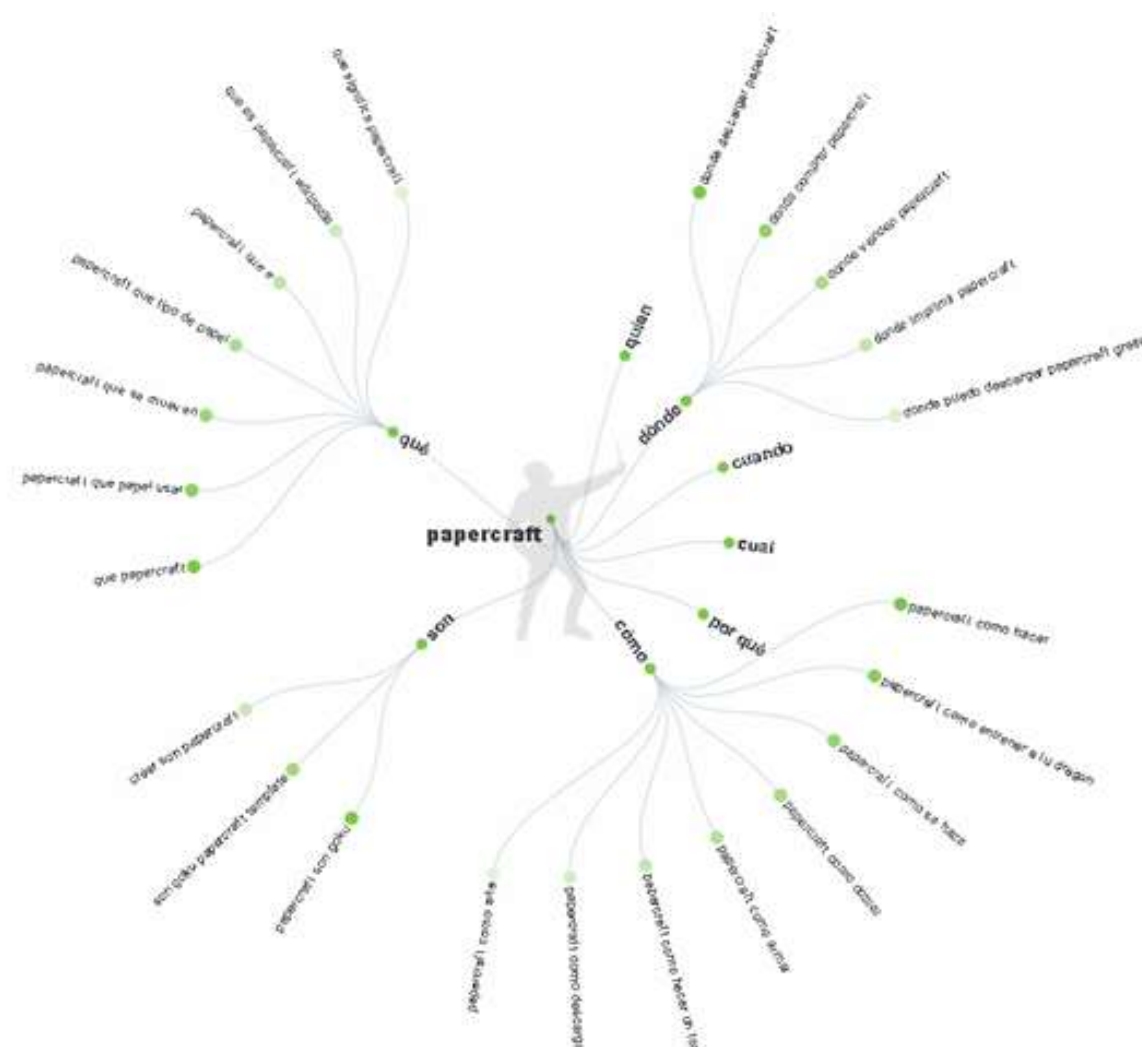


Anexos

Anexo 1



Anexo 3



Anexo 2

