



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
ESCUELA DE POSTGRADOS

MAESTRÍA EN MARKETING
MENCIÓN: MARKETING VIRTUAL
Resolución: RPC-SO-30- No.488-2019

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER

Título:
PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA PRODIESEL CÍA. LTDA.
Autor/a:
Ing. Edwin Javier Lagos Lara
Tutor/a:
Phd. Miguel Angel Aizaga Villate

Quito-Ecuador

2021

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, **MIGUEL ANGEL AIZAGA VILLATE** con C.I: **1758070583** en mi calidad de Tutor del proyecto de desarrollo de marketing titulado: **PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA PRODIESEL CÍA. LTDA.**

Elaborado por: **Ing. Edwin Javier Lagos Lara**, con C.I. **0201148228**, estudiante del PROGRAMA DE MAESTRÍA EN MARKETING VIRTUAL de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de **MAGISTER EN MARKETING VIRTUAL**, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el proyecto de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 29 de marzo de 2021

Firma

Contenido

1	INTRODUCCION	1
2	ANÁLISIS FODA.....	2
2.1	ANÁLISIS INTERNO	2
2.2	ANÁLISIS EXTERNO	2
2.3	FODA CRUZADO.....	3
3	OBJETIVOS.....	4
3.1	OBJETIVO GENERAL	4
3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
4	INVESTIGACIÓN DEL MERCADO.....	4
4.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN	4
4.1.1	Investigación tradicional.....	4
4.1.2	Investigación digital	11
5	ESTRATEGÍAS Y TÁCTICAS	17
6	PRESUPUESTO	19
7	MEDICIONES Y MÉTRICAS	20
8	CONCLUSIONES	21
9	REFERENCIAS.....	23
10	ANEXOS	24

INTRODUCCION

PRODIESEL CIA. LTDA, es una micro empresa legalmente constituida en marzo de 1996, con el fin de optimizar y mejorar la calidad del combustible, del sector industrial.

La empresa a lo largo de estos 25 años ha ido mejorando en la calidad de sus productos tanto así que en la actualidad no sólo ayuda a mejorar la calidad del combustible, sino también la de aceites lubricantes, con productos y sistemas filtrantes de alta tecnología.

Prodiesel Cía. Ltda., se ha mantenido en la vanguardia, a través de una permanente actualización en capacitación técnica y en la adquisición de equipos de última tecnología que garantizan la satisfacción del cliente y de los resultados obtenidos.

La empresa también presta servicios de Limpieza de Tanques de almacenamiento de combustible, de esta manera se logra preservar el medio ambiente y cumplir con las normas ambientales vigentes en cada GAD del país.

Prodiesel Cía. Ltda., está radicada en la ciudad de Quito y presta sus servicios y productos a nivel nacional, su cartera de clientes está conformada por las principales industrias del país. Su campo de acción se centra en los sectores industriales alimenticios, textil, camaronero, construcción, etc.

Entre sus clientes podemos mencionar al Grupo Pronaca, Aldelca, Novacero, Cedal, Textiles Texsa, Textil Cotopaxi, Confiteca, Camaronera Omarsa, Eurofish, Parmalat, Hospital Voz Andes, Laboratorios Life, Enkador, etc.

Su principal característica, además de la calidad de sus productos, es el servicio Post Venta, con personal capacitado que visita mensualmente cada industria con la finalidad de dar un seguimiento y apoyo técnico personalizado.

De acuerdo al alcance del proyecto se empleará una investigación descriptiva en base a las cualidades y características de los objetos de estudio y mediante una encuesta de satisfacción a los clientes, la cual no será probabilística si no a juicio del empresario, definiremos las estrategias digitales que mejor se adapten para alcanzar los objetivos propuestos.

ANÁLISIS FODA

1.1 ANÁLISIS INTERNO

Fortalezas

- Calidad de productos y eficacia comprobada.
- Servicio post venta gratuito.
- Capacitación permanente a personal técnico.
- Experiencia de 25 años
- Precios competitivos
- Dominio, correo corporativo en Gmail, plataforma Gmail
- Redes sociales asociadas a la marca

Debilidades

- Poca o nula difusión en redes sociales
- Baja presencia en el sector automotriz
- No existen convenios con canales de distribución
- Baja notoriedad de la marca en sector a detal

1.2 ANÁLISIS EXTERNO

Oportunidades

- Obligación de las empresas de controlar sus emisiones
- Mala calidad de combustibles
- Obligación de limpiar tanques de almacenamiento de combustibles

Amenazas

- Contracción del mercado por efecto postpandemia
- Año de elecciones
- Inestabilidad precios de combustibles

1.3 FODA CRUZADO

Cuadro No.1

		FACTORES EXTERNOS		OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)	
		FACTORES INTERNOS		<p><i>O1: Obligación de las empresas de controlar sus emisiones.</i></p> <p><i>O2: Mala calidad de combustibles</i></p> <p><i>O3: Obligación de limpiar tanques de almacenamiento de combustibles</i></p>	<p><i>A1: Contracción del mercado por efecto postpandemia</i></p> <p><i>A2: Año de elecciones</i></p> <p><i>A3: Inestabilidad precios de combustibles</i></p>	
FORTALEZAS (F)	<p><i>F1: Productos de alta calidad y eficacia comprobada.</i></p> <p><i>F2: Servicio postventa gratuito.</i></p> <p><i>F3: Personal técnico capacitado</i></p>	ESTRATEGIA FO	<p><i>Dar a conocer la calidad de los aditivos y el servicio postventa de Prodiesel que ayudan a las empresas a cumplir con sus obligaciones ambientales y a mejorar la calidad de los combustibles que se expenden en el país (F1, F2, O1, O2)</i></p>		ESTRATEGIA FA	<p><i>Aprovechar para difundir la calidad y eficacia de los productos de la empresa, haciendo hincapié en el ahorro de recursos para las empresas, al evitarse multas por contaminación ambiental (F1, A1, A2)</i></p>
	DEBILIDADES (D)		<p><i>D1: No existen convenios con canales de distribución.</i></p> <p><i>D2: Poca difusión virtual de la empresa versus su competencia, según los resultados obtenidos en RIVAL IQ y otras similares,</i></p>	ESTRATEGIA DO		<p><i>Conseguir distribuidores de los productos de Prodiesel en otras provincias del país, donde no se conoce todavía la marca, mediante la promoción virtual de los beneficios del producto. (O1, O2, D1, D2)</i></p>

OBJETIVOS

1.4 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de marketing digital para los productos y servicios de la empresa Prodiesel Cía. Ltda.

1.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Incrementar las ventas de los productos y servicios que ofrece Prodiesel Cía. Ltda., en un 10% en el periodo de 1 año.
- ✓ Promocionar por medios virtuales la marca de la empresa y el servicio de limpieza de tanques de almacenamiento de combustibles, para incrementar en un 15% anual la facturación por este servicio.
- ✓ Crear relaciones de fidelidad a mediano y largo plazo, a través de planes de servicio de post venta y campañas de promociones y descuentos para nuestro mercado objetivo, mediante social media.

INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

1.6 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se empleará en el presente proyecto según su alcance es descriptivo, ya que se enfoca en las cualidades y características de los objetos de estudio. Se aplicará una encuesta a los clientes de la empresa para conocer su grado de satisfacción ante los productos y servicios.

1.6.1 Investigación tradicional

Según las últimas estadísticas nacionales el número de empresas manufactureras en el país son 1888, ese es el mercado objetivo para la empresa Prodiesel Cía. Ltda., actualmente en la cartera de clientes de Prodiesel, se encuentran grandes industrias de diferentes sectores alimenticios, textiles, cárnicos, lácteos, camaronero, siderúrgico,

hotelero, etc., a quienes se aplicaremos una encuesta de satisfacción de los productos y servicios, para determinar la situación actual, ampliar nuestro mercado y mejorar nuestra presencia en dichos sectores.

GRÁFICO No. 1

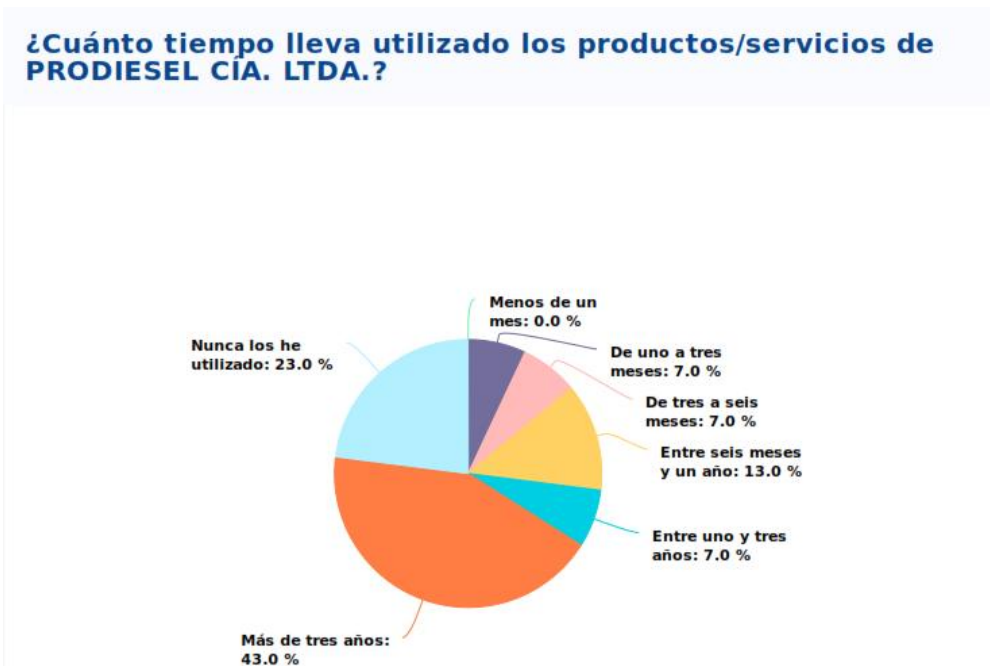


(INEC 2020)

Se aplicó la encuesta de satisfacción a 30 industrias que son clientes de la empresa, se utilizó la herramienta digital E-encuesta, y se obtuvo información confiable y de primera mano que sirva de base para la estructurar el Plan de Marketing digital.

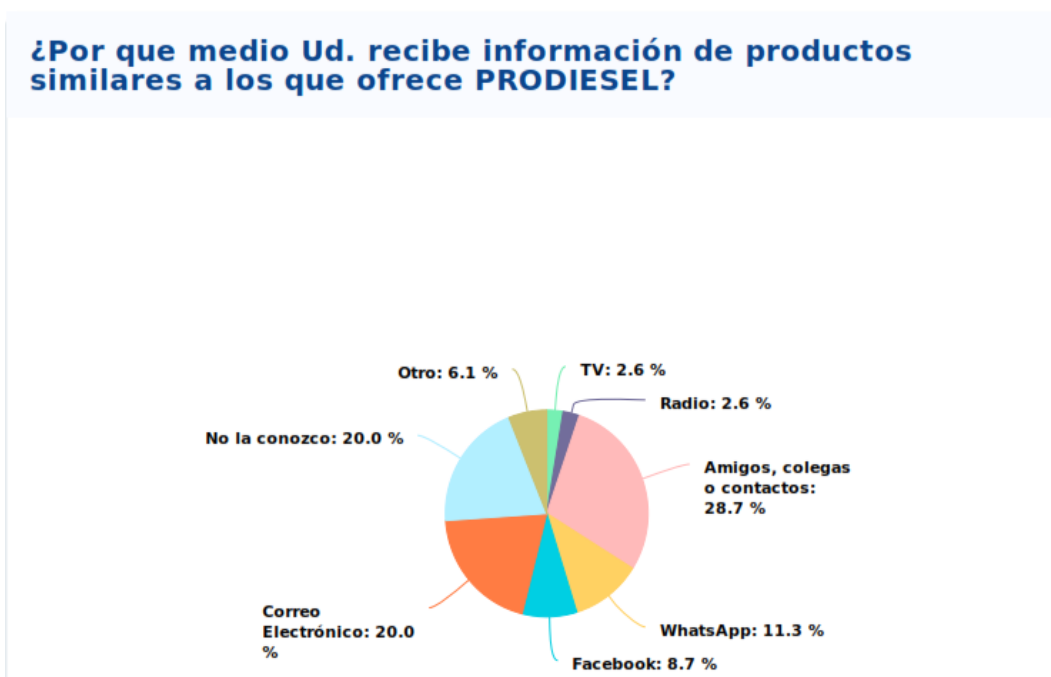
RESULTADOS ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Gráfico N. 2



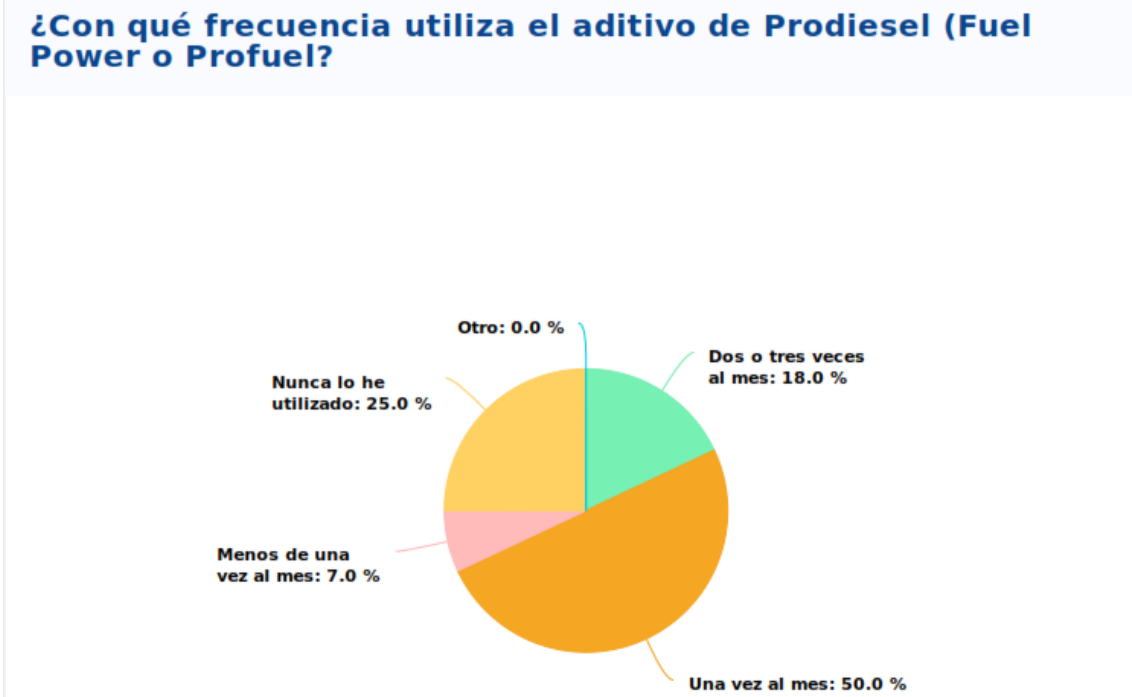
Fuente: E-encuesta

Gráfico No. 3



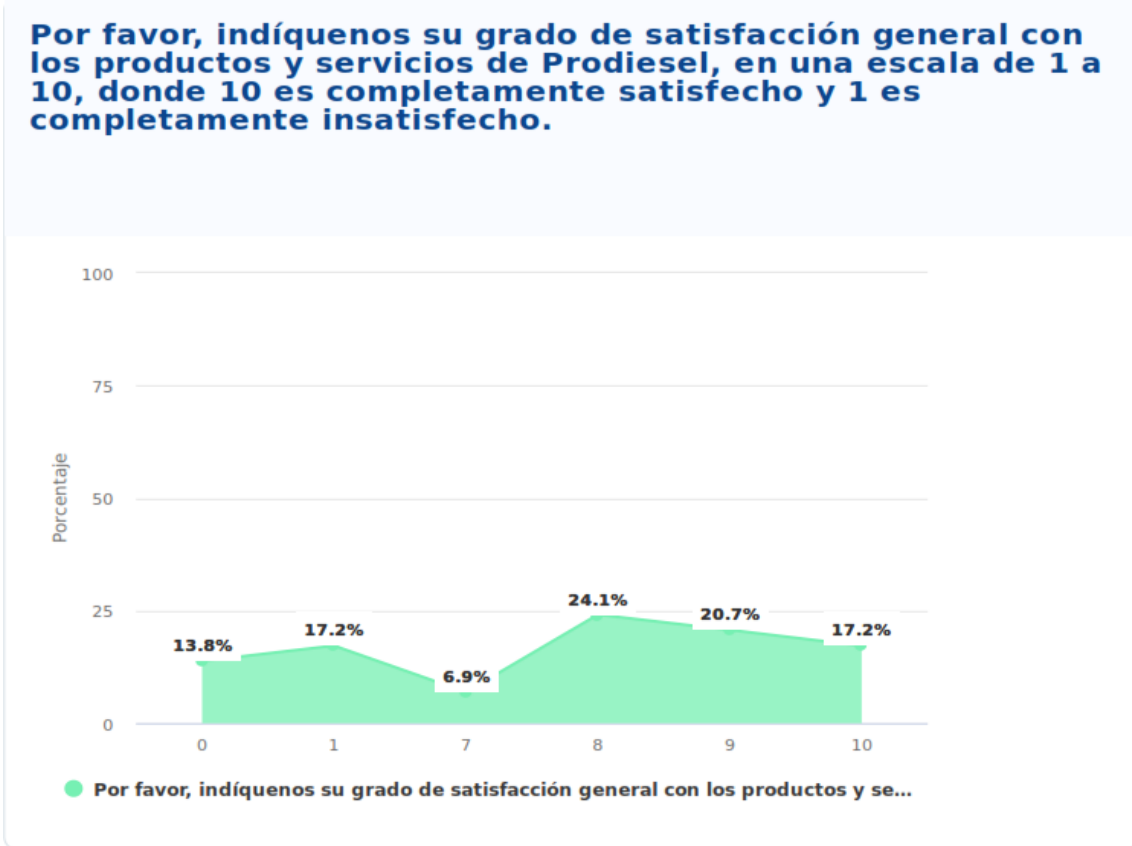
Fuente: E-encuesta

Gráfico No. 4



Fuente: E-encuesta

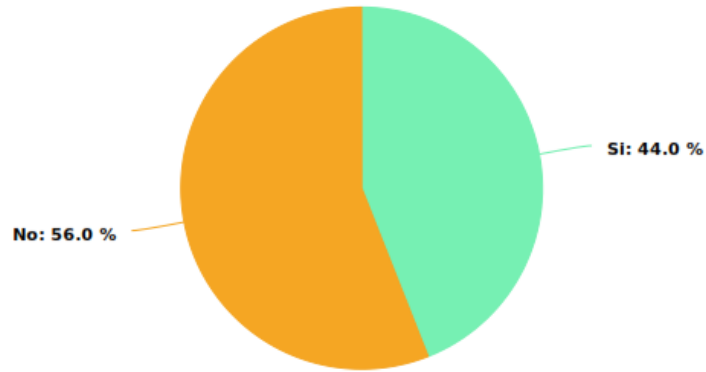
Gráfico No: 5



Fuente: E-encuesta

Gráfico No 6

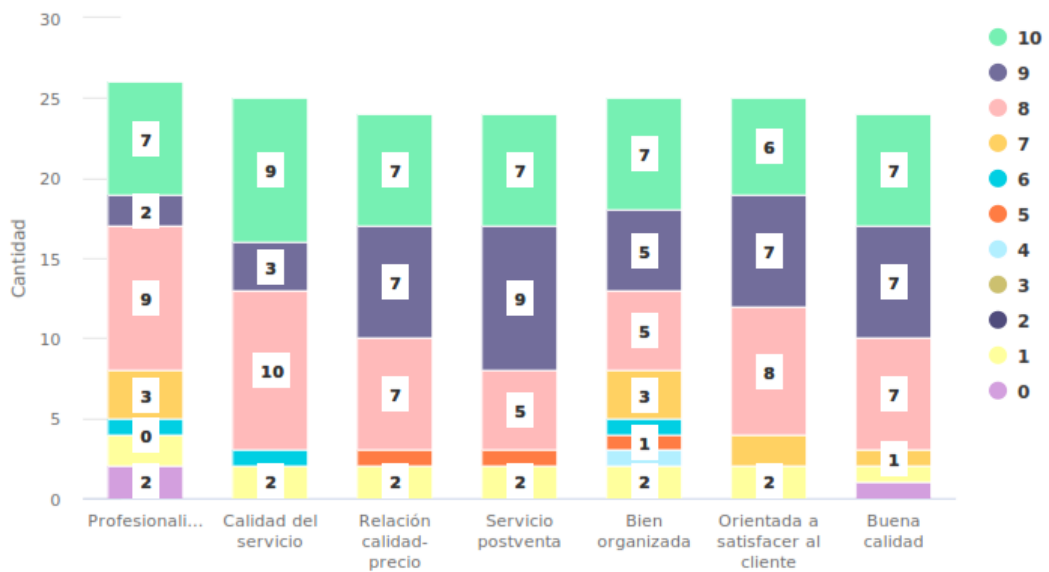
Ud. ha visitado nuestra página web o redes sociales?



Fuente: E-encuesta

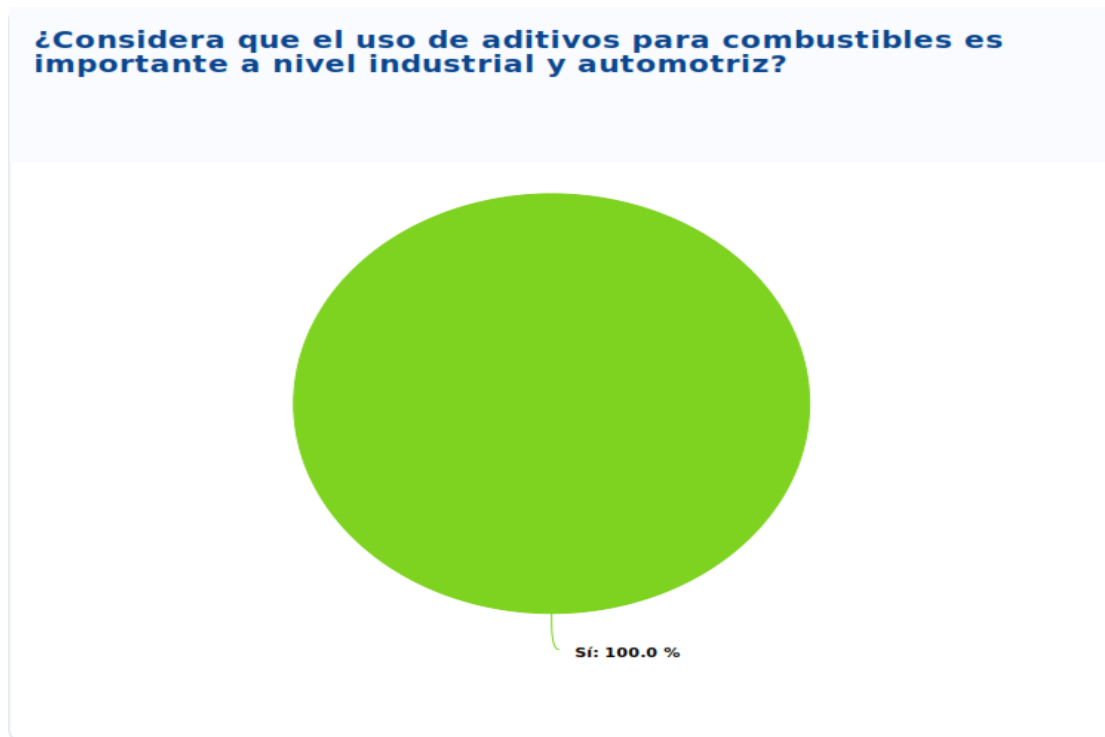
Gráfico No. 7

Por favor, valore del 1 al 10 (donde 1 es pobre y 10 es excelente) los siguientes atributos de los productos y servicios de Prodieisel



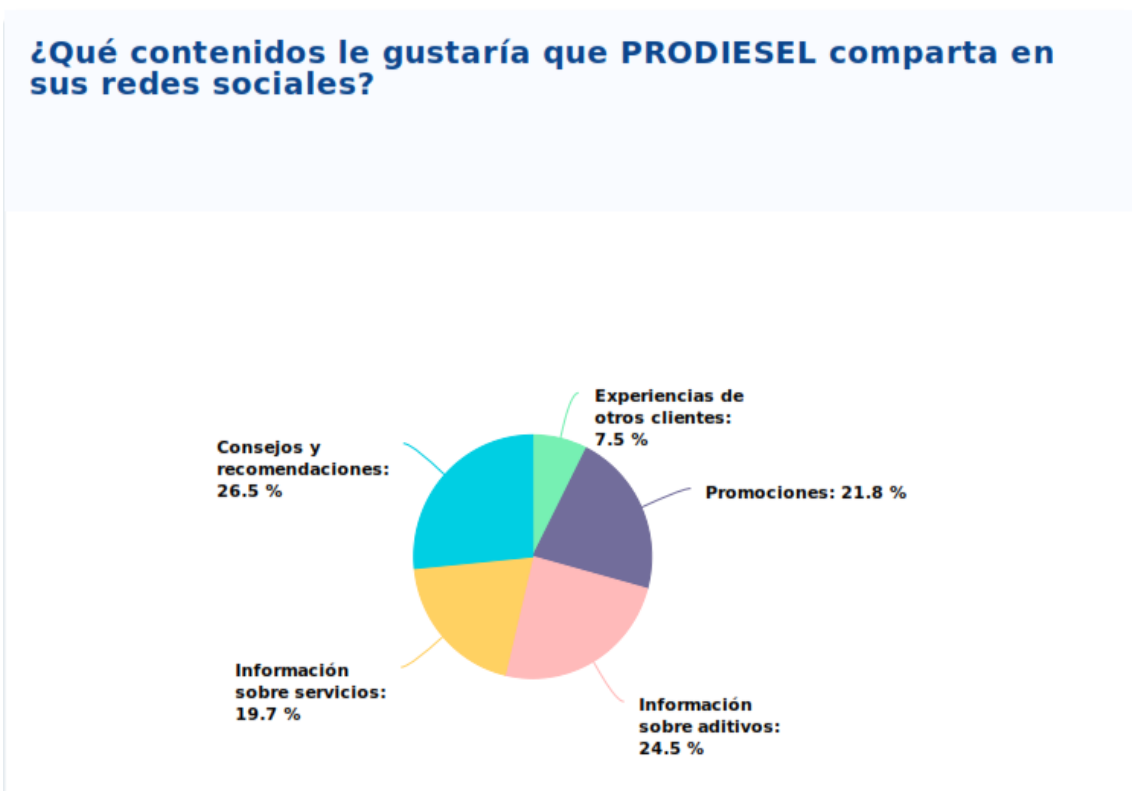
Fuente: E-encuesta

Gráfico No. 8



Fuente: E-encuesta

Gráfico No. 9



Fuente: E-encuesta

Gráfico No. 10

¿Hay alguna recomendación que nos pueda brindar para mejorar?:		
Valor	Porcentaje	Cantidad
No	18.2%	2
Redes sociales mayor presencia	9.1%	1
Sigan mejorando	9.1%	1
La empresa debe hacer más marketing para poder crecer nacionalmente.	9.1%	1
Ninguna	9.1%	1
Ninguna	9.1%	1
Sigan así.	9.1%	1
sigan adelante exelente servicio	9.1%	1
Capacitación en calibración de calderas.	9.1%	1
Por el momento no tengo sugerencias	9.1%	1

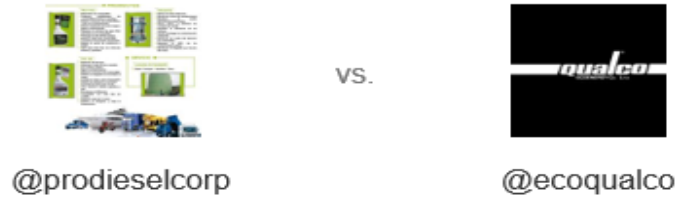
Fuente: E-encuesta

1.6.2 Investigación digital

DATOS RIVAL IQ

Gráfico No. 11

Ready to see who came out on top?



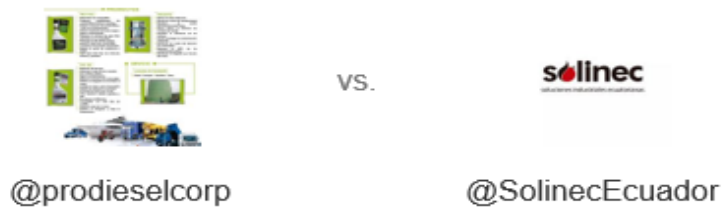
Your **Facebook Snapshot** is now available at Rival IQ.

Fuente: (Rival IQ n.d.)

Según el Gráfico No 11 ninguna de las dos empresas tiene una gran presencia digital en Facebook.

Gráfico No.12

Ready to see who came out on top?



Your **Facebook Snapshot** is now available at Rival IQ.

Según el Gráfico No 12 ninguna de las dos empresas tiene una gran presencia digital en Facebook.

DATOS GOOGLE TRENDS

Gráfico No. 13: Búsqueda de palabra aditivo



Fuente: (Google Trends n.d.)

Se puede ver que la búsqueda de aditivos ha disminuido a raíz de la declaratoria de emergencia según el gráfico 13

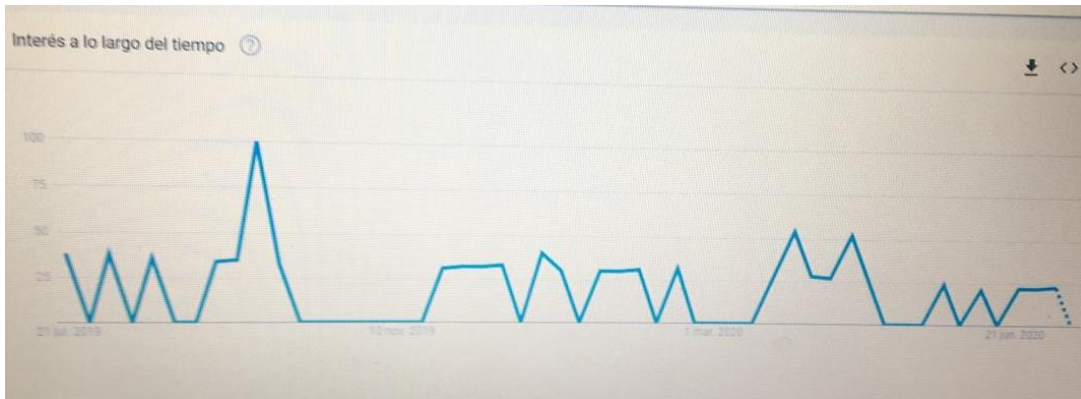
Gráfico No. 14: Aditivo por Provincia



Fuente: (Google Trends n.d.)

Según la consulta la provincia de Loja ha realizado una mayor búsqueda de la palabra aditivo

Gráfico No. 15: Parque automotor

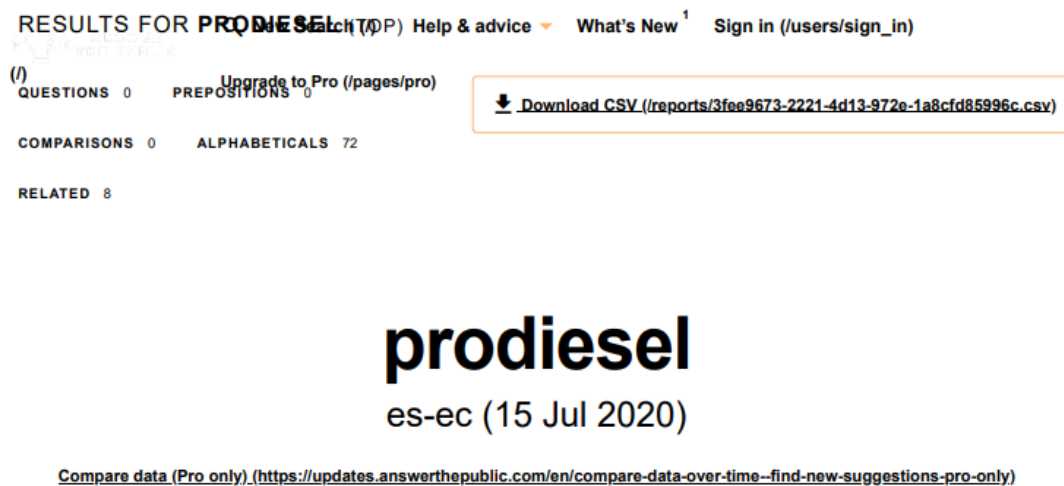


Fuente: (Google Trends n.d.)

De igual manera la búsqueda para adquisición de vehículos ha disminuido a raíz de la pandemia

DATOS ANSWER THE PUBLIC

Gráfico No 16



Fuente: (AnswerThePublic n.d.)

Esta herramienta nos ayuda a saber las búsquedas que ha tenido una marca o palabra que se asocie a la misma en Google, como se puede apreciar, a la empresa Prodiesel no tienen búsquedas en Google.

DATOS ALEXA

Gráfico No. 17

Palabras clave principales

	Tráfico de búsqueda ?	Cuota de voz ?
prodiesel	100%	0.25%

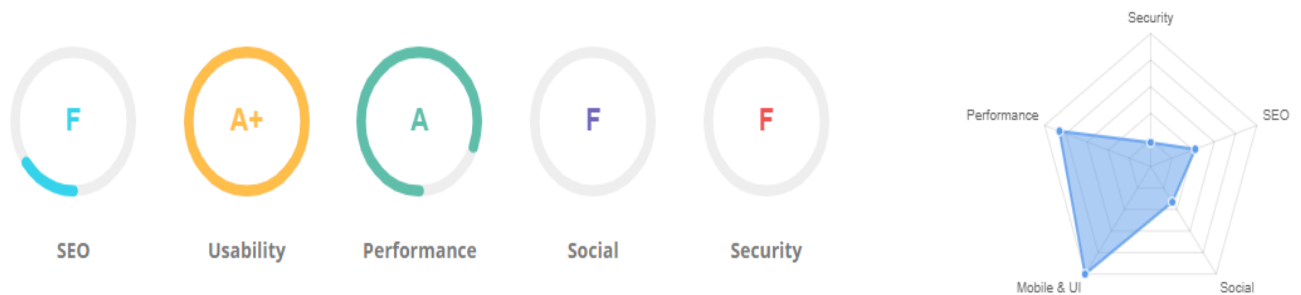
[Iniciar prueba gratuita para todas las palabras clave](#)

Fuente: (Alexa n.d.)

Como se puede ver en el Gráfico No 17 el ranking de la página de Prodiesel es del 0.25%, lo que indica que no tiene una buena posición digital.

DATOS SEOPTIMER

Gráfico No. 18



Fuente: (SEOptimer n.d.)

Según el gráfico No 18, la seguridad, SEO y los enlaces sociales de la página de Prodiesel están en rangos muy bajos.

Análisis del estudio de mercado.

La encuesta realizada a 30 clientes de Prodiesel, mediante la herramienta digital E-encuesta arrojó los siguientes resultados:

En la primera pregunta se puede observar que la mayoría de clientes han adquirido los aditivos de la empresa por un periodo superior a tres años, lo que garantiza la calidad de los mismos y la fidelización hacia la marca.

La segunda pregunta indica que gran parte de los clientes de la empresa ha conocido los productos y servicios por medio de la publicidad boca a boca, lo que evidencia la falta de actividad promocional propia de la empresa. Así como también, el uso de correo electrónico como herramienta digital más utilizada.

La tercera pregunta evidencia que en 14 empresas el aditivo es utilizado por lo menos una vez al mes y esto depende del consumo de combustible de cada industria, por lo que se asume que a nivel industrial es un producto necesario.

La cuarta pregunta consulta el nivel de satisfacción que tienen los clientes con los productos y servicios de Prodiesel, 18 clientes indican un alto nivel de satisfacción, lo que es una gran calificación para la empresa.

La quinta pregunta trata sobre las visitas a redes sociales de la empresa, 27 de los 30 clientes respondieron esta pregunta, donde 12 clientes que equivale al 44% si han revisado nuestras redes sociales y 15 clientes que equivalen al 56% no visitan nuestras redes sociales o página web. Lo que implica la falta de contenido y presencia en dichos medios digitales.

La sexta pregunta busca averiguar cuáles son los atributos de los profesionales de Prodiesel, su servicio post venta y calidad del producto, las mayores puntuaciones se enmarcan en la calidad del producto, profesionalismo del personal y el servicio post venta.

Todos los encuestados contestaron que el uso de aditivo es importante a nivel industrial, eso es un buen índice a tomar en cuenta para el Plan de Marketing a futuro.

Sobre los contenidos que buscan los clientes en las redes sociales, la mayoría están de acuerdo en es importante publicar las promociones, consejos y recomendaciones y en tercer lugar información sobre servicios.

Por último, los clientes aconsejan a la empresa que siga mejorando, la felicitan por su buen servicio y la que parece más importante recomiendan un marketing más completo para darse a conocer

La investigación digital de las redes sociales y de la página de Prodiesel, mediante herramientas digitales, comprueban que la empresa no está correctamente promocionada digitalmente, ya que las búsquedas de la marca son bajas, al igual que los términos referentes a los productos y servicios que brinda la empresa. Además, se evidencia que la generación de contenidos es casi nula, así como también, la actualización de la página web.

Del estudio comparativo de la presencia digital entre las marcas Prodiesel y su competidor

Qualco, se evidencia que Qualco genera contenidos y posicionamiento en la red social Facebook e Instagram, con publicaciones de contenido cada 2 días.

ESTRATEGÍAS Y TÁCTICAS

Para alcanzar los objetivos planteados en el proyecto de Marketing Digital para los productos y servicios de la empresa Prodiesel Cía. Ltda., se proponen 3 estrategias con sus respectivas tácticas, mismas que nacen del análisis FODA CRUZADO, del estudio digital de mercado y de la encuesta realizada a 30 clientes.

Tabla # 1

ESTRATEGIA # 1	TÁCTICAS
ESTRATEGIA DE CONTENIDOS	Incorporar una sección en la página web institucional con testimonios reales de clientes satisfechos.
	Generar para Facebook ads, Instagram ads y LinkedIn, contenidos de calidad y valor para los clientes, donde se resalte los beneficios de usar los productos de Prodiesel, así como el servicio postventa.
	Mejorar el posicionamiento de la marca mediante prácticas SEO (palabras claves y optimización de artículos) e implementar Google Analytics.

Tabla # 2

ESTRATEGIA # 2	TÁCTICA
INBOUND MARKETING	Perchar los productos de Prodiessel en las principales cadenas de supermercado del país.
	Crear campañas con segmentación geográfica en Facebook ads e Instagram ads, dando a conocer la marca, productos, sus beneficios y donde los puede encontrar.
	Crear campaña en Google ads, para promocionar el servicio de Limpieza de Tanques de combustible.
	Mejorar la página web de la empresa, con nuevos contenidos, actualización frecuente, incorporar chat box y una sección de videos.

Tabla # 3

ESTRATEGIA # 3	TÁCTICA
ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN	Crear una campaña de e-mail marketing, enfocada a los clientes que actualmente usan nuestro producto a nivel industrial para darles a conocer la nueva presentación y los beneficios para sus vehículos.
	Crear campañas de promociones a clientes que refieran sus comentarios por nuestras redes sociales o registren sus datos en un formulario.

PRESUPUESTO

EMPRESA	PRODIESEL CIA. LTDA.					
DURACIÓN	UN AÑO CALENDARIO					
CAMPAÑA	PRODIESEL 2021					
RECURSOS HUMANOS						
PERFIL PROFESIONAL	TIPO DE CONTRATO		COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL CAMPAÑA		
Diseñador gráfico para contenidos	Anual		\$100,00	\$1.200,00		
Agencia de Marketing	Semestral		\$300,00	\$1.800,00		
TOTAL						\$3.000,0
GOOGLE						
SITIO	TIPO DE PAGO	DURACIÓN	COSTO	CLICKS DIARIOS ESTIMADOS	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
GOOGLE ADS	CPC	ANUAL	0,37	20,00	\$222,0	\$2.664,0
GOOGLE DISPLAY	CPC	ANUAL	0,07	30,00	\$63,0	\$756,0
TOTAL						\$3.420,0
FACEBOOK & INSTAGRAM						
SITIO	TIPO DE PAGO	DURACIÓN	COSTO	CLICKS DIARIOS ESTIMADOS	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
NEWS FEED	CPC	ANUAL	0,10	15,00	\$45,0	\$540,0
TOTAL						\$540,0
LINKEDIN						
SITIO	TIPO DE PAGO	DURACIÓN	COSTO	CLICKS DIARIOS ESTIMADOS	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
FB ADDS	CLICK EN PÁGINA	TRIMESTRAL	0,50	15,00	\$225,0	\$675,0
TOTAL						\$675,0
HERRAMIENTAS DIGITALES						
HERRAMIENTA DIGITAL	TIPO DE CONTRATO		COSTO MENSUAL	COSTO SEMESTRAL	COSTO ANUAL	
HOTSUITE	SUSCRIPCIÓN		\$19,00	\$114,00	\$228,00	
TOTAL						\$228,0

RESUMEN PRESUPUESTO	
MEDIO	INVERSIÓN
RRHH	\$3.000,0
REDES SOCIALES	\$4.635,0
HERRAMIENTAS DIGITALES	\$228,0
TOTAL AÑO	\$7.863,0
INVERSIÓN MENSUAL	\$655,3

MEDICIONES Y MÉTRICAS

Las métricas que serán utilizadas dentro del Plan de Marketing Digital para la empresa Prodiesel Cía. Ltda., que permita evaluar y dar seguimiento al cumplimiento de las estrategias planteadas en el presente proyecto son:

OBJETIVO	KPI	PERIODICIDAD	RETROALIMENTACION
Incrementar las ventas de los productos que ofrece Prodiesel Cía. Ltda., en un 10% en el periodo de 1 año.	Ventas productos medios digitales /Ventas totales productos periodo anterior No. visitas página web. No. de clientes. CPC por campaña. ROI por campaña	MENSUAL	Cada mes se evaluarán resultados para comprobar el cumplimiento del objetivo.
Promocionar por medios virtuales la marca de la empresa y el servicio de limpieza de tanques de almacenamiento de combustibles, para incrementar en un 15% anual la facturación por este servicio.	Ventas servicios medios digitales /Ventas totales servicios periodo anterior Tasa de conversión Social Media (Fb, Inst, Linke)	TRIMESTRAL MENSUAL	Revisar el estado y ubicación de la publicidad, para cambiarla o repotenciarla.
Crear relaciones de fidelidad a mediano y largo plazo, a través de planes de servicio de post venta y campañas de promociones y descuentos para nuestro mercado objetivo, mediante social media.	No. interacciones. No. visitas recurrentes Visitas recurrentes campaña. CPA	MENSUAL	Revisar mensualmente la campaña en las distintas redes sociales para evidenciar el cumplimiento del objetivo.

CONCLUSIONES

Para concluir se relacionan los objetivos del plan de marketing con sus respectivas estrategias y prácticas con la finalidad de sintetizar el plan de marketing virtual en función de su mejor comprensión

OBJETIVO	ESTRATEGIA # 1	TÁCTICAS
<p>Promocionar por medios virtuales la marca de la empresa y el servicio de limpieza de tanques de almacenamiento de combustibles, para incrementar en un 15% anual la facturación por este servicio.</p>	<p>ESTRATEGIA DE CONTENIDOS</p>	<p>Incorporar una sección en la página web institucional con testimonios reales de clientes satisfechos.</p>
		<p>Generar para Facebook ads, Instagram ads y LinkedIn, contenidos de calidad y valor para los clientes, donde se resalte los beneficios de usar los productos de Prodieisel, así como el servicio postventa.</p>
		<p>Mejorar el posicionamiento de la marca mediante prácticas SEO (palabras claves y optimización de artículos) e implementar Google Analytics.</p>

OBJETIVO	ESTRATEGIA # 2	TÁCTICA
<p>Incrementar las ventas de los productos y servicios que ofrece Prodieisel Cía. Ltda., en un 10% en el periodo de 1 año.</p>	<p>ESTRATEGIA DE INBOUND MARKETING</p>	<p>Perchar los productos de Prodieisel en las principales cadenas de supermercado del país.</p>
		<p>Crear campañas con segmentación geográfica en Facebook ads e Instagram ads, dando a conocer la marca, productos, sus beneficios y donde los puede encontrar.</p>
		<p>Crear campaña en Google ads, para promocionar el servicio de Limpieza de Tanques de combustible.</p>
		<p>Mejorar el posicionamiento de la marca mediante prácticas SEO (palabras claves y optimización de artículos) e implementar Google Analytics.</p>

OBJETIVO	ESTRATEGIA # 3	TÁCTICA
<p>Crear relaciones de fidelidad a mediano y largo plazo, a través de planes de servicio de post venta y campañas de promociones y descuentos para nuestro mercado objetivo, mediante social media.</p>	<p>ESTRATEGIA DE E-MAIL MARKETING</p>	<p>Crear una campaña de e-mail marketing, enfocada a los clientes que actualmente usan nuestro producto a nivel industrial para darles a conocer la nueva presentación y los beneficios para sus vehículos.</p> <p>Crear campañas de promociones a clientes que refieran sus comentarios por nuestras redes sociales o registren sus datos en un formulario.</p>

REFERENCIAS

- Alexa. n.d. "Prodieselcorp.Com.Ec Competitive Analysis, Marketing Mix and Traffic - Alexa." Retrieved February 23, 2021
(<https://www.alex.com/siteinfo/prodieselcorp.com.ec>).
- AnswerThePublic. n.d. "Search Listening Tool for Market, Customer & Content Research - AnswerThePublic." Retrieved February 23, 2021
(<https://answerthepublic.com/>).
- Google Trends. n.d. "ADITIVOS - Explorar - Google Trends." Retrieved February 23, 2021 (<https://trends.google.es/trends/explore?q=ADITIVOS&geo=ES>).
- INEC. 2020. *Encuesta a Empresas Abril, 2020 Encuesta Estructural Empresarial Contenido*.
- Rival IQ. n.d. "Registration | Rival IQ." Retrieved February 23, 2021
(<https://app.rivaliq.com/postregistration>).
- Sanagustín, E. (2016). *Vender más con marketing digital*. Ecoe Ediciones.
<https://elibro.net/es/ereader/uisrael/128279?page=29>
- SEOptimer. n.d. "SEOptimer." Retrieved February 23, 2021
(<https://www.seoptimer.com/prodieselcorp.com.ec>).

ANEXOS

Encuesta de satisfacción al cliente (encuesta.com)

<https://encuesta.com/survey/Pe6lAS4AYa/satisfaccion-del-cliente>

MODELO DE ENCUESTA

Ayúdenos a mejorar

Dedique unos minutos a completar esta pequeña encuesta. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y serán utilizadas únicamente para mejorar el servicio que le proporcionamos.

1. ¿Conoce los Productos y Servicios que ofrece la empresa PRODIESEL Cía. Ltda.?

- SI
 NO

2. ¿De los siguientes productos y servicios, cuales ha utilizado?

- Aditivo Fuel Power
 Aditivo Pro Fuel
 Calibración de Calderas
 Medición de emisiones gaseosas
 Limpieza de tanques de combustible
 Filtros Puradyn de Nano Filtración

3. ¿Cuánto tiempo lleva utilizado los productos/servicios de PRODIESEL CÍA. LTDA.?

- Menos de un mes
 De uno a tres meses
 De tres a seis meses

- Entre seis meses y un año
- Entre uno y tres años
- Más de tres años
- Nunca los he utilizado.

4. ¿Por qué medio Ud. recibe información de productos similares a los que ofrece PRODIESEL?

- TV
- Radio
- Prensa o revistas
- Amigos, colegas o contactos
- WhatsApp
- Facebook
- LinkedIn
- Correo Electrónico
- No la conozco
- Otro

5. ¿Con qué frecuencia utiliza el aditivo de Prodiessel, Fuel Power o Pro fuel?

- Dos o tres veces al mes
- Una vez al mes
- Menos de una vez al mes
- Nunca lo he utilizado
- Otro

6. Por favor, indíquenos su grado de satisfacción general con los productos y servicios de Prodiessel, en una escala de 1 a 10, donde 10 es completamente satisfecho y 1 es completamente insatisfecho.



7. ¿Ud. ha visitado nuestra página web o redes sociales?

- Sí
 No

8. Por favor, valore del 1 al 10 (donde 1 es pobre y 10 es excelente) los siguientes atributos de los productos y servicios de Prodiesel.

Profesionalidad	1	10
Calidad de Servicio	1	10
Relación calidad precio	1	10
Servicio Postventa	1	10
Bien organizada	1	10
Orientada a satisfacer al cliente	1	10
Buena calidad	1	10

9. ¿Considera que el uso de aditivos para combustibles es importante a nivel industrial y automotriz?

- Sí
 No

10. ¿Qué contenidos le gustaría que PRODIESEL comparta en sus redes sociales?

- Experiencias de otros clientes
 Promociones
 Información sobre aditivos
 Información sobre servicios
 Consejos y recomendaciones

11. ¿Hay alguna recomendación que nos pueda brindar para mejorar?