

CMAWsSn – (“C/EHWH-001”)



Ilustración 1 - CMAWsSn

Contenido

Descripción.....	3
Webmaster	3
Community Manager	4
Ficha Técnica	6
Especificaciones Técnicas - Webmaster	6
1. Prueba de Velocidad del Sitio Web - 'Website speed test'	7
2. Optimización de Motores de Búsqueda - Análisis SEO 'Search Engine Optimization'	7
3. Información de la Velocidad de la Página - 'PageSpeed Insights (PSI)'	8
4. Análisis de los Elementos Intrínsecos.....	8
5. Análisis de la Competencia	9
6. Análisis de la Infraestructura Computacional	10

CMAWsSn Brochure – Public	57 + 311 + 254 – 0842 http://www.ed-td.com	Area de aplicación: CD
	customer.contact@ed-td.com	Código: BR-11-09
	sales.team@ed-td.com	Versión: 1
		Fecha aprobación: 2018-02-19
		Paginación: 1 de 14

Especificaciones Técnicas - Community Manager 10

1. Calendario de Publicaciones por Red Social 11
2. Comportamiento de Marca..... 12
3. Comportamiento de Competidores 12
4. Indicadores y Kpis..... 12

Implementación 13

Requisitos Mínimos 13

Costos de Venta..... 13

 Términos y condiciones a los costos de venta 13

Forma de Pago..... 14

Tablas

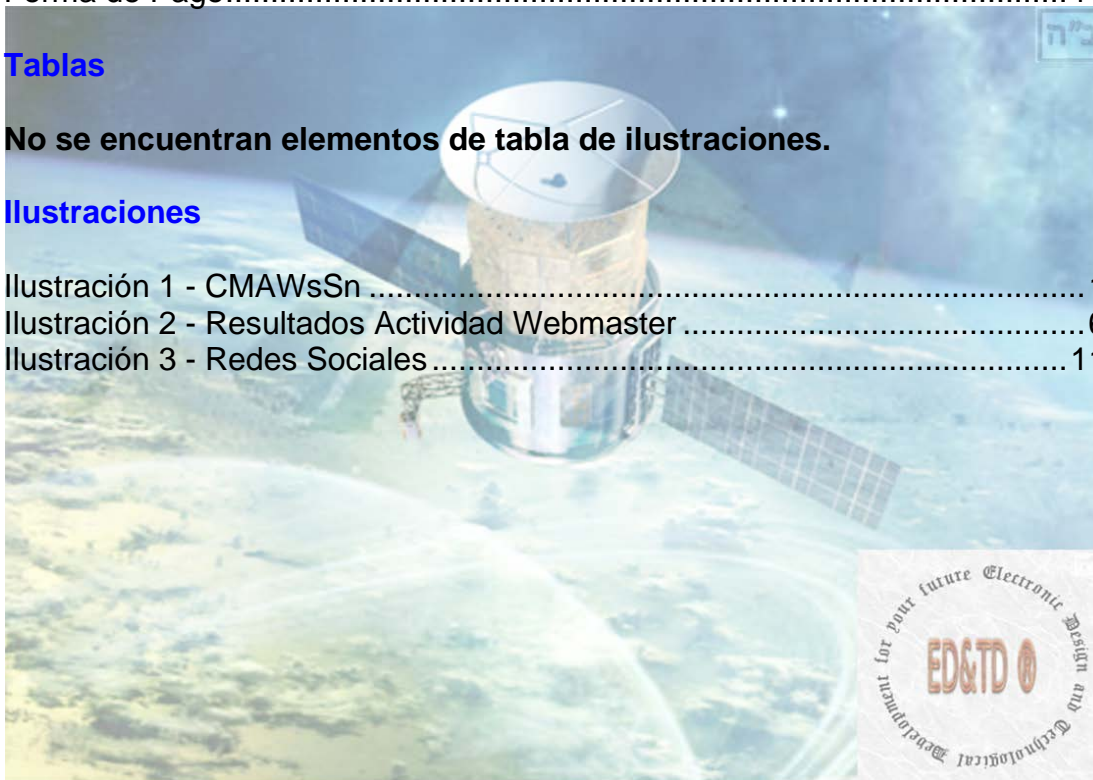
No se encuentran elementos de tabla de ilustraciones.

Ilustraciones

Ilustración 1 - CMAWsSn 1

Ilustración 2 - Resultados Actividad Webmaster 6

Ilustración 3 - Redes Sociales 11



<p>CMAWsSn Brochure – Public</p>	<p>57 + 311 + 254 – 0842 http://www.ed-td.com customer.contact@ed-td.com sales.team@ed-td.com</p>	Area de aplicación: CD
		Código: BR-11-09
		Versión: 1
		Fecha aprobación: 2018-02-19
		Paginación: 2 de 14



Electronic Design and Technological Development S.A.S. - ED&TD® - for your future

Descripción

El Contrato de gestión y administración de sitios web y/o redes sociales, del inglés **Contracts for Management and Administration of Website and/or Social Nets – CMAWsSn**, es un grupo de servicios que provee la administración y gestión en términos de infraestructura, generación de contenidos y posicionamiento de marca en el mundo digital.

A fin de tomar la decisión más correcta respecto a la administración y gestión tanto en la generación de contenidos en redes sociales como de las plataformas virtuales que la organización tenga y/o planea tener, se deben tener claro los conceptos que se derivan de los siguientes términos, a saber:

1. [Webmaster](#)
2. [Community Manager](#)

A partir de estos términos definimos conceptualmente que el **Webmaster** es el responsable de la administración y gestión del Sitio Web en términos de infraestructura, y de sus Redes sociales en términos de contenidos; **en tanto que**, el **Community Manager** es el responsable del posicionamiento de la marca en mundo digital y su comportamiento respecto la competencia.

Webmaster

Wikipedia define el [término](#)¹ como:

1. Arquitecto web,
2. Desarrollador web,
3. Autor de sitio digital,
4. Administrador de sitio digital, y
5. Coordinador de sitio digital,

En términos generales, es el **profesional de la ingeniería** responsable del mantenimiento, administración y/o programación del sitio web.

¹ URL: <https://es.wikipedia.org/wiki/Webmaster>.

CMAWsSn Brochure – Public	57 + 311 + 254 – 0842 http://www.ed-td.com customer.contact@ed-td.com sales.team@ed-td.com	Area de aplicación: CD
		Código: BR-11-09
		Versión: 1
		Fecha aprobación: 2018-02-19
		Paginación: 3 de 14



Electronic Design and Technological Development S.A.S. - ED&TD® - for your future

Entre sus funciones principales están:

1. La operatividad,
2. Programación,
3. Actualización,
4. Mantenimiento de un sitio web y
5. Coadyuva en la creación de los contenidos que se publican en el sitio web.

En resumen un Webmaster es una persona que tiene como tarea principal administrar un sitio web. Y en la práctica es quien:

1. Recibe los contenidos digitales previamente editados que se deben publicar en el sitio web, para su publicación.
2. En la pequeña empresa responde por la administración del correo electrónico independiente del servidor de correo electrónico.
3. Garantiza la seguridad el sitio web, **implementado medidas de seguridad informática** tanto a nivel perimetral salvaguardando la Intranet de la organización como a nivel externo, evitando los ataques maliciosos tales como **DoS**², como las **Inyecciones SQL**³.
4. Responde por la **optimización SEO**⁴, garantizando que el contenido del sitio web sea más legible y atractivo para los motores de búsqueda⁵, de modo que se pueda encontrar y clasificar el sitio web en una posición mucho más alta respecto de otros sitios web, al realizar una búsqueda.

[Volver a Descripción](#)

Community Manager

Wikipedia define el **término**⁶ como:

² URL consulta: https://es.wikipedia.org/wiki/Ataque_de_denegación_de_servicio.

³ URL consulta: https://es.wikipedia.org/wiki/Inyección_SQL.

⁴ SEO del ingles 'Search Engine Optimization'.

⁵ Como: Google, Bin, Yahoo, entre otros.

⁶ URL consulta: https://es.wikipedia.org/wiki/Responsable_de_comunidad_de_internet.

CMAWsSn Brochure – Public	57 + 311 + 254 – 0842 http://www.ed-td.com customer.contact@ed-td.com sales.team@ed-td.com	Area de aplicación: CD
		Código: BR-11-09
		Versión: 1
		Fecha aprobación: 2018-02-19
		Paginación: 4 de 14



El responsable o gestor de la comunidad de internet, en línea, digital o virtual, o community manager (online community manager en inglés) es quien actúa como auditor de la marca en los medios sociales.

En un **profesional de la mercadotecnia** responsable de ejecutar, gestionar y desarrollar la comunidad online de una marca o empresa en el mundo digital.

Las funciones a realizar por un CM son:

1. Cumplir los objetivos de marketing digital, de social media y de redes sociales, debidamente planificados por el equipo de mercadeo de la compañía.
2. Monitorizar el comportamiento de la marca en redes sociales. Tiene que saber en cada momento que dicen de la empresa, de los productos y servicios. Si son comentarios positivos, negativos o neutros.
3. Realización del calendario de publicaciones para cada red social. Esto conlleva establecer previamente las líneas estratégicas de contenido para la marca por cada red social. No debemos olvidar que la marca debe comunicar contenidos adaptados y personalizados para cada red social. El usuario no busca lo mismo en Twitter que en LinkedIn que en Snapchat.
4. Generar comunicación digital para establecer relaciones con la comunidad, prescriptores, clientes y usuarios interesados en nuestros contenidos.
5. Análisis de la actividad de los principales competidores de la marca.
 - ☐ Que hacen en redes sociales.
 - ☐ Que contenido publican.
 - ☐ Nivel de reputación online.
 - ☐ Cómo es su comunidad: nivel de compromiso 'engagement' e implicación.
6. Identificar a los 'influencers' y líderes de opinión de mi sector para establecer sinergias y relación con ellos.
7. Monitorización de todos los indicadores y kpis⁷.
8. Realizar informes de seguimiento mensual.

[Volver a Descripción](#)

⁷ Indicadores claves de rendimiento.

CMAWsSn Brochure – Public	57 + 311 + 254 – 0842 http://www.ed-td.com customer.contact@ed-td.com sales.team@ed-td.com	Area de aplicación: CD
		Código: BR-11-09
		Versión: 1
		Fecha aprobación: 2018-02-19
		Paginación: 5 de 14

Ficha Técnica

Fundamentado en lo anterior y pensando en la pequeña empresa nuestra oferta de servicios consolida los dos conceptos en uno y nos permite ofrecerle las siguientes especificaciones técnicas, a saber:

1. [Especificaciones Técnicas - Webmaster](#)
2. [Especificaciones Técnicas - Community Manager](#)



Ilustración 2 - Resultados Actividad Webmaster

1. [Prueba de velocidad del sitio web](#)
2. [Optimización de motores de búsqueda](#)
3. [Información de la velocidad de la página](#)
4. [Análisis de los elementos intrínsecos](#)
5. [Análisis de la competencia](#)

CMAWsSn Brochure – Public	57 + 311 + 254 – 0842 http://www.ed-td.com customer.contact@ed-td.com sales.team@ed-td.com	Area de aplicación: CD
		Código: BR-11-09
		Versión: 1
		Fecha aprobación: 2018-02-19
		Paginación: 6 de 14

6. Análisis de la infraestructura computacional

1. Prueba de Velocidad del Sitio Web - 'Website speed test'

Definido como las prueba de velocidad del sitio web, donde se analiza la velocidad de carga del sitio web, y se implementan mecanismo para hacerlos más rápidos.

Para esta especificaciones nos valemos de la siguiente herramienta de análisis:

1. <https://tools.pingdom.com>.

2. Optimización de Motores de Búsqueda - Análisis SEO 'Search Engine Optimization'

Definido como el proceso para mejorar la visibilidad y el posicionamiento del sitio web en los resultados de búsquedas de los diferentes motores de búsqueda, tales como:

1. Google
2. Yahoo!
3. Bing
4. Ask
5. AOL
6. Go
7. Live
8. Snap
9. AURA!
10. Duck duck go
11. MSN Search
12. Yippi
13. Boing
14. Dumbfine
15. GoYams
16. MetaGlossary
17. PlanetSearch
18. SearchTheWeb2



CMAWsSn Brochure – Public	57 + 311 + 254 – 0842 http://www.ed-td.com customer.contact@ed-td.com sales.team@ed-td.com	Area de aplicación: CD
		Código: BR-11-09
		Versión: 1
		Fecha aprobación: 2018-02-19
		Paginación: 7 de 14



Electronic Design and Technological Development S.A.S. - ED&TD® - for your future

- 19. Terra
- 20. Web 2.0
- 21. Entre tantos otros ...

Para esta especificación nos valemos de la siguiente herramienta de análisis:

 <https://seositecheckup.com>.

Y como fuentes de consulta tenemos:

 <https://support.wix.com/es/article/optimización-para-motores-de-búsqueda-seo>.

3. Información de la Velocidad de la Página - 'PageSpeed Insights (PSI)'

Definido como el mecanismo para conocer en detalle los datos sobre el rendimiento real de las páginas que conforman el sitio web tanto en dispositivos móviles como en ordenadores, y se implementan técnicas para mejorar mencionados resultados.

Para esta especificación nos valemos de la siguiente herramienta de análisis:

 <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>.

Y como fuentes de consulta tenemos:

 <https://developers.google.com/speed/docs/insights/about?hl=es-419>.

4. Análisis de los Elementos Intrínsecos

Proceso mediante el cual analizamos y parametrizamos los elementos intrínsecos que definen los parámetros de búsqueda en lo que se fijan los motores de búsqueda. Estos elementos son:


1. **Búsqueda orgánica.** Presente cuando el buscador ha considerado, de forma natural, que nuestro sitio web es relevante para una determinada búsqueda, y en consecuencia nos lista en los resultados.

CMAWsSn Brochure – Public	57 + 311 + 254 – 0842 http://www.ed-td.com customer.contact@ed-td.com sales.team@ed-td.com	Area de aplicación: CD
		Código: BR-11-09
		Versión: 1
		Fecha aprobación: 2018-02-19
		Paginación: 8 de 14













Electronic Design and Technological Development S.A.S. - ED&TD® - for your future

2. **Búsqueda de pago.** Presente cuando mediante anuncios pagados por palabras que emplazamos en el buscador para determinadas búsquedas, es que el sitio web es listado en los resultados.
3. **Backlinks.** Son los enlaces que recibe una página web desde otros sitios web. El número de backlinks es la cantidad de páginas que enlazan con el sitio web a través de un vínculo (puede ser en texto o gráfico).
4. **Publicidad de display.** Son los formatos publicitarios online en el que el anuncio (generalmente un banner formado por texto, imagen, audio, e incluso vídeo) se muestra en el sitio web, por lo general presentado en la parte superior o lateral de la misma.
5. **Palabras clave orgánica.** Son las palabras o frases que utilizamos para que el buscador pueda encontrar el sitio web al momento de hacer efectiva una búsqueda.

Para esta especificación nos valemos de la siguiente herramienta de análisis:

 <https://es.semrush.com>.

Y como fuentes de consulta tenemos:

-  <https://support.google.com/adwords/answer/3022575?hl=es-419>
-  <https://ayuda.jimdo.com/seo/2-palabras-clave/>
-  <https://iiemd.com/busqueda-organica/que-es-busqueda-organica>
-  https://adwords.google.com/intl/es_es/home/how-it-works/display-ads/
-  <https://es.wikipedia.org/wiki/Backlink>
-  <https://support.google.com/adwords/answer/3097241?hl=es-419>
-  <https://es.onlinemarketingfactory.com/que-son-los-resultados-de-busqueda-organica/>
-  <http://www.ra-marketing.com/que-es-seo.aspx>
-  <https://www.entrepreneur.com/article/265196>
-  <https://support.google.com/adwords/answer/3097241?hl=es-419>
-  <https://www.iebschool.com/blog/publicidad-display-seo-sem/>
-  https://adwords.google.com/intl/es_es/home/how-it-works/display-ads/

5. Análisis de la Competencia

CMAWsSn Brochure – Public	57 + 311 + 254 – 0842 http://www.ed-td.com customer.contact@ed-td.com sales.team@ed-td.com	Area de aplicación: CD
		Código: BR-11-09
		Versión: 1
		Fecha aprobación: 2018-02-19
		Paginación: 9 de 14

Proceso mediante el cual definimos:

1. Cuáles son los sitios web que sirven de referencia como competencia directa.
2. A partir de la referencia determinar la estrategia analítica y en línea de la competencia.
3. Descubrir cuáles son las nuevas oportunidades en términos de: socios, clientes potenciales y/o afiliados.
4. Las tendencias emergentes y nuevos jugadores.
5. Cuales es la intención del consumidor de los sitios web de referencia y su comportamiento.

Para esta especificación nos valemos de la siguiente herramienta de análisis:

 <https://www.similarweb.com>.

6. Análisis de la Infraestructura Computacional

Es el proceso mediante el cual se determina la infraestructura computacional que tiene implementado el sitio web y la implementación de estrategias que mejoren la misma.

Para esta especificación nos valemos de la siguiente herramienta de análisis:

 <https://builtwith.com>.

Especificaciones Técnicas - Community Manager



CMAWsSn Brochure – Public	57 + 311 + 254 – 0842 http://www.ed-td.com customer.contact@ed-td.com sales.team@ed-td.com	Area de aplicación: CD
		Código: BR-11-09
		Versión: 1
		Fecha aprobación: 2018-02-19
		Paginación: 10 de 14



Ilustración 3 - Redes Sociales

1. [Calendario de publicaciones por red social](#)
2. [Comportamiento de marca](#)
3. [Comportamiento de competidores](#)
4. [Indicadores y kpis](#)

1. Calendario de Publicaciones por Red Social

Definido como el proceso mediante el cual se definen las responsabilidades en términos de creación y edición de contenidos a publicar en función de la estrategia por cada red social.

Este proceso conlleva establecer previamente las líneas estratégicas de contenido para la marca por cada red social. No debemos olvidar que la marca debe comunicar contenidos adaptados y personalizados para cada red social. El usuario no busca lo mismo en Twitter que en LinkedIn que en Snapchat.

CMAWsSn Brochure – Public	57 + 311 + 254 – 0842 http://www.ed-td.com customer.contact@ed-td.com sales.team@ed-td.com	Area de aplicación: CD
		Código: BR-11-09
		Versión: 1
		Fecha aprobación: 2018-02-19
		Paginación: 11 de 14

Y mediante la publicación periódica según calendario, se genera la comunicación digital para establecer relaciones con la comunidad, prescriptores, clientes y usuarios interesados en los contenidos.

2. Comportamiento de Marca

Procedimiento que se caracteriza por la monitorización periódica del como se ve la marca en redes sociales.

Se tabulan para posteriormente evaluar los comentarios sobre la compañía, los productos y/o servicios que esta ofrece.

Se identifican a los 'influencers' y líderes de opinión del sector para establecer sinergias y relación con ellos.

3. Comportamiento de Competidores

Analizamos la actividad de los principales competidores de la marca, identificando:

- Que hacen en redes sociales.
- Que contenido publican.
- Nivel de reputación online.
- Cómo es su comunidad a nivel de compromiso **engagement** e implicación.

4. Indicadores y Kpis

Se define los indicadores de desempeño y los **kpis**⁸, en función de los parámetros inherentes al:

- Calendario de publicaciones
- Comportamiento de marca
- Comportamiento de competidores

⁸ Indicadores claves de rendimiento. URL de consulta: https://es.wikipedia.org/wiki/Indicador_clave_de_rendimiento.

CMAWsSn Brochure – Public	57 + 311 + 254 – 0842 http://www.ed-td.com customer.contact@ed-td.com sales.team@ed-td.com	Area de aplicación: CD
		Código: BR-11-09
		Versión: 1
		Fecha aprobación: 2018-02-19
		Paginación: 12 de 14



Electronic Design and Technological Development S.A.S. - ED&TD® - for your future

Se tabulan estos indicadores y se hace gestión a partir del comportamiento de los mismos.

Presentación de los informes correspondientes de manera mensual.

Implementación

En términos de implementación es importante indicar que todas las actividades quedan registradas en una bitácora digital la cual puede ser consultadas en tiempo real por Usted (nuestro cliente).

Esta bitácora nos dará el tiempo total en horas que se hayan involucrado en el desarrollo de las mismas durante un mes calendario.

Requisitos Mínimos

Los Requisitos Mínimos que trata este brochure, **son asumidos en su totalidad por el Cliente**, están agrupados en los ítems que se relacionan a continuación:

- Estricto cumplimiento a las responsabilidades asignadas en el [1. Calendario de Publicaciones por Red Social](#).
- Estricto cumplimiento a las recomendaciones impartidas a fin de mejorar el rendimiento tanto del Sitio Web como de las Redes Sociales.




Costos de Venta

El costo hora del CMAWsSn - 'Contracts for Management and Administration of Website and/or Social Nets' es de **40.00 USD/Hora**.




Términos y condiciones a los costos de venta

CMAWsSn Brochure – Public	57 + 311 + 254 – 0842 http://www.ed-td.com customer.contact@ed-td.com sales.team@ed-td.com	Area de aplicación: CD
		Código: BR-11-09
		Versión: 1
		Fecha aprobación: 2018-02-19
		Paginación: 13 de 14

Electronic Design and Technological Development S.A.S. - ED&TD® - for your future

- 
 Todos los valores relacionados son antes de IVA y/o demás erogaciones legales; los cuales son asumidos en su totalidad por el Cliente.
- 
 Todos los valores son en moneda legal estadounidense.
- 
 Estos valores aplican para la venta del producto en la ciudad de Bogota D.C., por fuera de mencionada ciudad; todos los costes por concepto de pasajes, hospedaje, alimentación, viáticos y/o transporte de equipos son asumidos en su totalidad por el cliente.

Forma de Pago

- 
 El último viernes hábil de cada mes, se hace corte de las horas involucradas en el desarrollo del presente servicio.
- 
 Se presenta cuenta de cobro por el total de las horas trabajadas en el periodo evaluado.
- 
 El pago será del 100% del valor de la cuenta de cobro presentada los cinco primeros días hábiles siguientes a la fecha de presentación de la misma.

Sales Team
Marketing Department
Commercial Division
sales.team@ed-td.com

Change Control		
Date	Version	Description
2018-02-19	01	Original

Version Control						
Version	Elaborated		I review		Pass	
	Date	Name/Job	Date	Name/Job	Date	Name/Job
01	2018-02-19	HDSL/EDD	2018-02-19	HDSL/LED	2018-02-19	HDSL/GM

CMAWsSn Brochure – Public	57 + 311 + 254 – 0842 http://www.ed-td.com customer.contact@ed-td.com sales.team@ed-td.com	Area de aplicación: CD
		Código: BR-11-09
		Versión: 1
		Fecha aprobación: 2018-02-19
		Paginación: 14 de 14