



CARRERA DE ANÁLISIS DE SISTEMAS

“IMPLEMENTACIÓN DE UN SITIO WEB INFORMATIVO PARA IMPULSAR LA PRESENCIA WEB Y MEJORAR LA EXPERIENCIA DE LOS CLIENTES EN LA LICORERIA BLUEBERRY”.

AUTOR:

JONNATHAN RENE ASTUDILLO PARAMO

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE:**

TECNÓLOGO EN ANÁLISIS DE SISTEMAS

TUTOR:

MGS. JUAN PABLO HURTADO

CUENCA – ECUADOR, 2021

DERECHOS DE AUTOR

Los derechos de esta obra son irrenunciables y corresponden a su **AUTOR**, incluido sus derechos patrimoniales. El **Instituto Tecnológico Superior Particular Sudamericano** tiene licencia gratuita e intransferible sobre esta obra para uso no comercial, de necesitar uso comercial requiere autorización de su titular.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'J. R. Paramo', written in a cursive style.

ASTUDILLO PARAMO JONNATHAN RENE

Cédula: 0302365440

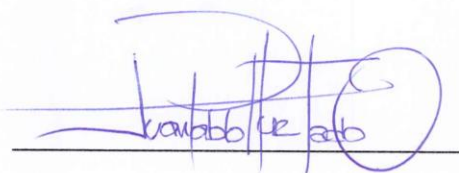
CARRERA DE DESARROLLO DE SOFTWARE

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Aprobación del Trabajo de Titulación

Doy fe que el trabajo desarrollado el estudiante: **Jonnathan Rene Astudillo Paramo**, con el título “**Implementación de un sitio web informativo para impulsar la presencia web y mejorar la experiencia de los clientes en la licorería Blueberry**”, cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

Atentamente,



ING. JUAN PABLO HURTADO ORTIZ.

C.I: 0104621198

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO

Yo, **JONNATHAN RENE ASTUDILLO PARAMO**, estudiante del **INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR PARTICULAR SUDAMERICANO** de la ciudad de Cuenca - Ecuador, que cursó la Tecnología en **ANÁLISIS DE SISTEMAS**, declaro en forma libre y voluntaria que la presente investigación que versa sobre **“ANÁLISIS DE SISTEMAS”** así como las expresiones vertidas en la misma, son autoría de la compareciente, quien ha realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,



ASTUDILLO PARAMO JONNATHAN RENE

Cédula: 0302365440

RESUMEN

En la actualidad la informática se genera de forma rápida y confiable, donde la capacidad de un servicio se mide por la calidad de atención que se brinde al cliente, este proyecto trata de un sitio web para la licorería Blueberry. este servicio facilitara, agilizara y procesara la compra y una mejor experiencia al cliente, Las páginas web son desarrolladas para poder ser visualizadas en cualquier medio de tecnología como celulares, Tablet, computadoras. Que permiten al usuario realizar actividades profesionales, acceder a servicios, Servicios al cliente y mantenerse informado, entre otro universo de posibilidades. La licorería Blueberry es un negocio que se encuentra ubicado en la Ciudad de Cuenca que se caracteriza por la venta de licor, jugos y snacks. El sistema será de un sencillo manejo con una interfaz agradable para el cliente.

Palabras clave: snacks, licorera, licores, licorería, Blueberry, licorería cuenca, lo mejor en licores.

ABSTRACT

Currently, information technology is generated quickly and reliably, where the capacity of a service is measured by the quality of care provided to the customer, this project is about a website for the Blueberry liquor store. This service will facilitate, speed up and process the purchase and a better customer experience. The web pages are developed to be viewed on any technology such as cell phones, tablets, computers. That allow the user to carry out professional activities, access services, Customer Services and consolidate information, among another universe of possibilities. The Blueberry Liquor Store is a business located in the City of Cuenca that is characterized by the sale of liquors, juices and snacks. The system will be easy to use with a pleasant interface for the client.

Keywords: snacks, liquor store, liquors, liquor store, Blueberry, Cuenca liquor store, the best in liquors.

DEDICATORIA

Primeramente, dedico el presente trabajo a Dios, por ser mi guía y por darme la fuerza y el conocimiento para poder llevar a cabo una de mis metas propuestas.

De igual forma, le dedico de manera especial a mis Padres, por su apoyo constante y por todos los valores enseñados que me sirven día a día para esforzarme en toda mi carrera y poder realizarme como profesional.

Del mismo modo a los Docentes que en cada etapa estudiantil me forjaron a crecer profesionalmente y quienes compartieron su conocimiento y experiencia que fueron de gran valor para mi crecimiento profesional y personal.

AGRADECIMIENTO

Sobre todo, quiero agradecer a Dios por orientarme y darme fuerza para seguir adelante, y así poder cumplir mi objetivo final a pesar de los momentos más difíciles que se atravesase.

Quiero expresar también mi más sincero agradecimiento a mi Padres que son el motor de mi vida y aquellos familiares y amigos que me dieron ánimos para seguir en adelante, un mensaje o agradable gesto que me impulsaron a continuar con esta meta que estoy cumpliendo.

De igual forma, agradezco al MGS. JUAN PABLO HURTADO Tutor del Proyecto; quien me supo orientar y asesorar con sus conocimientos, ofreciendo las indicaciones acertadas con compromiso para guiarme al excelente desarrollo del presente trabajo.

También, mi cordial agradecimiento a todos los docente y administrativo del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano, ya la Carrera de Desarrollo de Software, a sus autoridades y docentes por proporcionarme los conocimientos y la práctica necesaria

y sobre todo por el tiempo puesto para que nuestro desempeño sea lo mejor en el ámbito profesional en la vida diaria.

Índice General

Derecho del Autor.....	1
Certificación del Autor.....	2
Declaración de Autoría de trabajo.....	3
Certificación de comité multidisciplinario	4
Resumen.....	5
Abstract.....	6
Dedicatoria	7
Agradecimiento	8
Índice de cuadros	12
Índice de figuras	13
Introducción	14
Antecedentes	15
Justificación	16
Problemática	17

Objetivos	19
Objetivo General	19
Objetivo Especifico	19
Capítulo I.....	20
Marco Metodológico.....	20
Diagnóstico del negocio	20
Recolección de la Información	21
Capítulo II.....	22
Área de investigacion.....	22
Tecnología: Desarrollo de la pagina	26
Capítulo III	30
Tipos de clientes	30
Decisión de compra	33
Uso de tecnología	35
Capítulo IV.....	36
Aprovechamiento de la página en los clientes	36
Calidad al cliente.....	38
Análisis de encuestas del negocio.....	40
Capítulo V.....	43

Estrategias SEO.....	43
Posicionamiento web	43
Palabras Clave.....	44
Enlaces y menciones	47
Herramientas Seo	48
Capítulo VI.....	51
Características de los sitios web	51
Seguimiento de ofertas	52
Entregar mayor control a los clientes	53
Capítulo VII.....	54
Empresa-cliente-producto	54
Visión.....	56
Misión.....	56
Capítulo VIII	57
Conclusiones.....	57
Recomendaciones	58
Bibliografías	59
Artículos	61
Glosario	62

Anexos	63
--------------	----

Índice de Tabla

Tabla #1 Diagnóstico de la licorería Blueberry	20
Tabla #2 Recolección de información	21
Tabla #3 Factores y Subfactores.....	24
Tabla #4 Ventajas e Desventajas de un sitio web	27
Tabla #5 Riesgo y componentes de la licorería.....	39
Tabla #6 Google Analytics.....	48
Tabla #7 Google Ads	49
Tabla #8 Google search console	50

Índice de Ilustración

Ilustración #1 Proceso entre el sitio web y redes sociales	17
Ilustración #2 Decisión entre redes sociales o sitio web	18
Ilustración #3 Tipo de Clientes	26
Ilustración #4 Palabras clave	45
Ilustración #5 Palabras clave semrush.....	45
Ilustración #6 Palabras clave semrush 2.....	46
Ilustración #7 Palabras clave semrush 3	46

INTRODUCCIÓN

Actualmente todo negocio necesita contar con un sitio web o una aplicación móvil ya que con esto se tratará de que los clientes tengan una mejor experiencia sobre el negocio. En este contexto, la usabilidad juega un papel primordial en el proceso de desarrollo de sitios web de éxito. (PERURENA CL, 2013)

En el tiempo que vivimos con la tecnología cada vez se va avanzando en el campo digital, donde los mejoramientos y fabricaciones de las páginas web es la razón por la que los usuarios interactúan cada vez más con sus celulares, tablets y computadoras, por eso es el medio más utilizado para la venta de productos.

En este proyecto técnico tiene el propósito de desarrollar un sitio web informativo, con la funcionalidad de satisfacer el servicio al cliente y tenga una mayor experiencia, reconocimiento y las ganancias del negocio.

ANTECEDENTES

En la actualidad todas las empresas, restaurantes, locales, necesitan contar con un sitio web, porque se encuentran a su alrededor en un círculo tan competitivo que necesitan entregar productos o solucionar los problemas que tienen los clientes y sobre todo tener nuevas experiencias.

La existencia de las páginas web se dieron para resolver las dificultades que la mayoría de personas están pidiendo de alguna forma. De esta manera existen los enfrentamientos con las competencias porque el uno desea ser mejor que el otro negocio para mejorar las normas de un buen servicio al cliente y así retener al cliente con sus productos.

Si el negocio satisface las necesidades que el cliente tiene esto permite un gran avance porque los clientes saben que, si le están prestando atención a sus problemas, es por esta razón es necesario que se cree un sitio web para mejorar la experiencia de los clientes para que aporte un mejor servicio al negocio.

JUSTIFICACIÓN

Al ser desarrollada un sitio web esto causa una importancia muy grande en lo que nosotros llamamos tecnología, esta herramienta es muy útil para la mayoría de empresas y negocios porque es un canal factible de comunicarse con sus clientes, podrán contar con la información deseada solo teniendo acceso a internet.

Con la ayuda de este sitio web nos permitirá brindar una mejor experiencia al cliente de la Licorería Blueberry, se trata de promocionar sus ofertas y catálogo de licores, todo esto podrá contar desde la comodidad de su hogar, oficina de trabajo o lugar de preferencia de los clientes.

Este trabajo contempla el desarrollo de un sitio web para mejorar la experiencia del cliente y con ello mejorar el proceso de atención al cliente en la licorería de donde se brindará información de los productos, esta información la puede revisar el cliente tantas veces como desee. Se interactuará con los clientes ya que podrán hacerlo desde su teléfono móvil, Tablet y sus ordenadores.

PROBLEMÁTICA

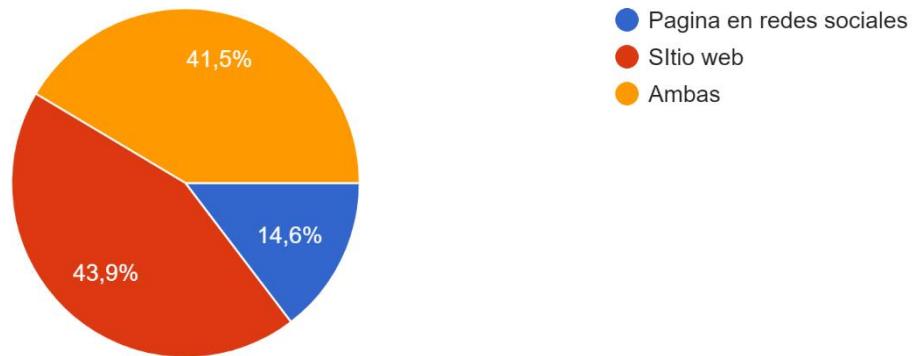
Hoy en día, la mayoría de los negocios buscan brindar una atención adecuada al cliente. Los clientes intentan resolver sus dudas o tener una mejor experiencia en la licorería. Para el cliente, no hay nada peor que repetir o volver para seguir insistiendo en preguntar si ha llegado el anhelado licor.

Ilustración 1. Proceso entre el Sitio web y Redes sociales



La disminución de la licorería se debe a que el cliente no siente una buena experiencia, pues muchas veces el tiempo de espera es largo y sin saber si tendrá o no lo deseado, entonces todo esto es negativo para los clientes.

Ilustración 2. Decisión entre redes sociales o sitio web



Podemos ver que los clientes eligen que la licorería Blueberry tenga un sitio web, no debemos olvidar que el 41.5% de los clientes proponen que tengan página en las redes sociales y un sitio web.

OBJETIVOS

Objetivo general

Implementar un sitio web informativo en la licorería Blueberry para impulsar la presencia web y mejorar la experiencia de los clientes.

Objetivo específico

- Recopilar toda información de la empresa que identifique quien son, el nivel del producto, modelo de la oferta y precio.
- Diseñar y crear un sitio web, con la información recolectada con las diferentes secciones en el sitio.
- Presentar en el sitio web todos los productos que ofrece la licorería.
- Estrategia Seo para una mejor posición en los motores de búsqueda.

CAPITULO I

Marco Metodológico

Se examino la información de la licorería sobre el trato de los clientes que tienen en el servicio del local, la información nos ayudará a implementar con facilidad el sitio web, donde la licorería Blueberry se encuentra ubicada en la ciudad de Cuenca, también se utilizará una encuesta para conocer la percepción de los clientes en dicha licorería.

Diagnóstico de la empresa

A través de esta tabla de Diagnóstico se encontrará el estado de la licorería Blueberry en la actualidad.

Tabla 1. Diagnóstico de la Licorería Blueberry

Firmeza	Ocasión	Inseguridad
<ul style="list-style-type: none">• La mejor licorería con dedicación.• Variación de productos y snack.• Las mejores ofertas.• Licores seguros.	<ul style="list-style-type: none">• Crear un sitio informativo con el mejor potencial de los productos.• Disminución de las competencias por ofertas de productos.	<ul style="list-style-type: none">• Inseguridad al servicio del cliente.• Escasa publicidad.• Falta de tiempo de atención a los clientes.

Recolección de información

Se utilizará las encuestas para recolectar toda la información para poder proceder a tener un cronograma de actividades sobre todos los precios y el servicio al cliente que están otorgando a sus clientes en la actualidad.

Las encuestas es un procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos mediante el cuestionario que se otorga a sus clientes o usuarios.

Información de las encuestas:

Tabla 2. Recolección de la información

Campo	Seguro
Área	Servicios al cliente
Ubicación	Ciudad de cuenca
Localización	Licorería Blueberry
Realizado para	Clientes
Fecha de elaboración	Enero 02 del 2022

CAPITULO II

Áreas de investigación

Atención al cliente:

Según (CARRASCO, 2019) la Atención al cliente es todo el apoyo que se ofrece a los clientes, ya sea antes, durante o después de cualquier compra y que les permite tener una excelente experiencia con su negocio.

1.Etapa de pre-contacto

La primera etapa del servicio al cliente comienza mucho antes de que los clientes hayan realizado su compra, formulado una pregunta o llamado para quejarse de un servicio o producto.

Promueve la formación

Una de las formas más sencillas y eficaces de prepararse para interactuar con los clientes es ofrecer formación a tu equipo y personal.

Conoce a tus clientes

Especialmente a medida que las estrategias de atención al cliente continúan moviéndose en línea y a través de las redes sociales, necesitas conocer a las personas a las que tu negocio se dirige si vas a conectar con ellas.

Sé accesible

Ponerse en contacto con su equipo de atención al cliente debe ser fácil para los clientes. Esto significa que debe ser fácil encontrar tu página de atención al cliente, la información de contacto y las preguntas frecuentes. Esto también significa estar disponible y presente en las redes sociales.

2.Etapa de contacto

La fase de contacto en la atención al cliente es uno de los momentos más cruciales, pues es el primer momento de contacto en el que marcas la pauta con tus clientes. Si esta no es buena, difícilmente podrás alcanzar la retención de clientes a largo plazo.

Personaliza la experiencia

Según (ONGALLO, 2012) Detrás de cada venta y transacción hay un cliente, y detrás de ese cliente hay una persona individual con la que se puede establecer una relación. Dirigirse a los clientes por su nombre, hacer referencia al registro de la historia de la persona y evitar un lenguaje robótico o de guión contribuirá en gran medida a que tus clientes se sientan valorados.

Comunícate de forma clara y respetuosa

Para responder a las preguntas o explicar las cosas a tus clientes, debes ser claro y respetuoso. Un lenguaje sencillo y un comportamiento respetuoso te ayudarán a transmitir tu punto de vista de manera positiva.

3.Etapa de post-contacto

La fase posterior al contacto de la atención al cliente consiste en establecer relaciones duraderas y en construir para el futuro.

Recolecta la información del cliente

Recolectar la información del cliente a través de encuestas y diversas herramientas te ayudará a aprender sobre tu proceso de atención al cliente y a realizar mejoras cuando sea necesario, además de que te permite demostrar interés y transparencia en tu enfoque de servicio al cliente.

Aprende del pasado

¿Cómo has retenido a los clientes en el pasado? ¿Cómo has perdido a algunos de ellos? ¿De qué manera has podido interactuar y comprometerte con tus clientes de manera positiva? Identificar estos puntos te ayudará a aprender de tus triunfos y errores, y te permitirá perfeccionar continuamente tu estrategia de servicio al cliente. (CARRASCO, 2019)

4. Etapa de retención de clientes

La etapa de retención de clientes es diferente de la adquisición de clientes o la generación de clientes potenciales, ya que se centra en los clientes que ya han contratado un servicio o han comprado un producto.

Ofrece programas de fidelización

Los programas de fidelidad son una buena estrategia para motivar a los clientes a volver a adquirir tus productos o servicios de forma frecuente debido a que pueden obtener recompensas, sistemas de puntos o beneficios especiales.

Desarrolla estrategias digitales segmentadas

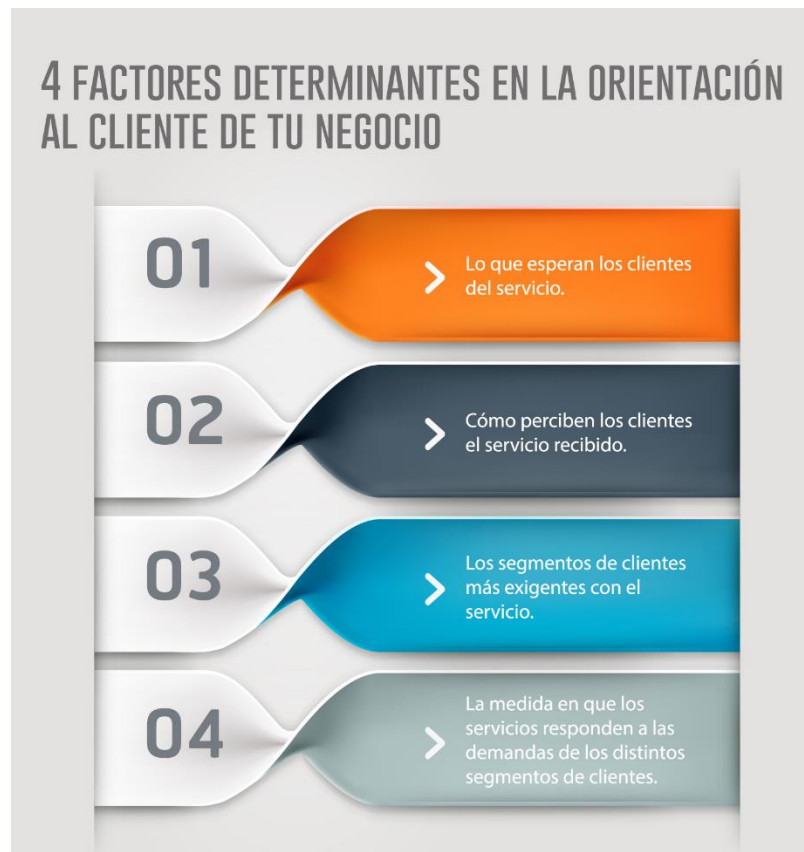
Una forma de fomentar la retención de los clientes es aprovechar estrategias digitales como el email marketing para enviar mensajes personalizados brindando promociones especiales o acceso a un contenido sobre cómo aprovechar al máximo tus productos y servicios.

Crea casos de éxito

Si tu cliente ha tenido una buena experiencia con tus productos o servicios, aprovéchalo para convertirla en un testimonio de un estudio de caso que puedes publicar

en tu sitio web o tus redes sociales, reconociendo la importancia que le das a su historia.
(ONGALLO, 2012).

Ilustración 3. Orientación del Cliente



Tecnología: Desarrollo de Sitio web

WordPress

Es un sistema enfocado a la creación de cualquier tipo de página web. Originalmente alcanzó una gran popularidad en la creación de blogs, para luego convertirse en una de las principales herramientas para la creación de páginas web comerciales.



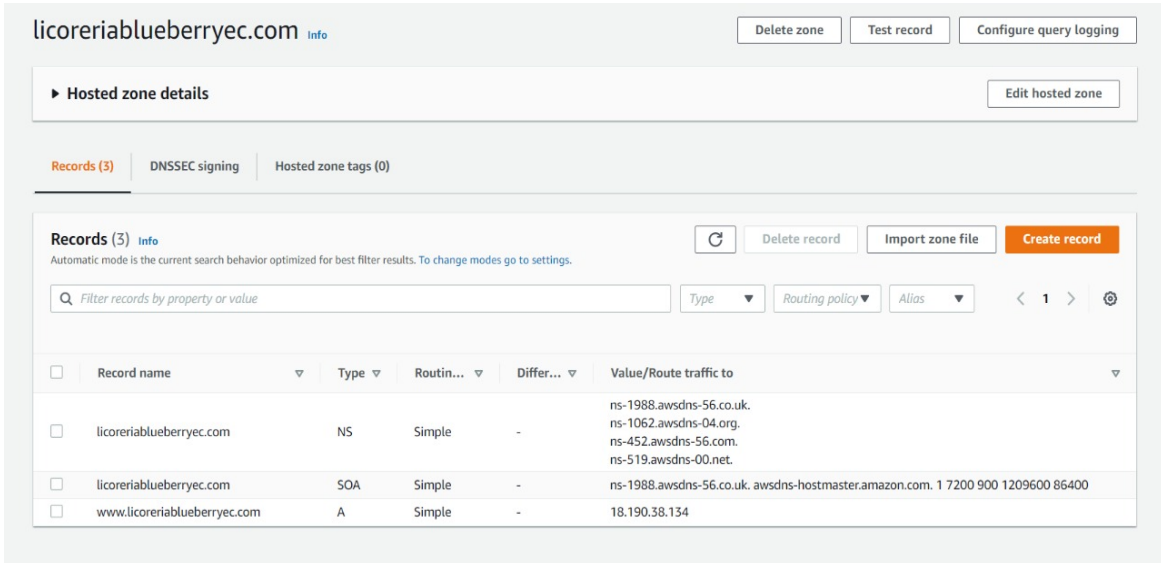
Aws

Amazon Web Services es un proveedor de servicios en la nube, nos permite disponer de almacenamiento, recursos de computación, aplicaciones móviles, bases de datos y un largo etcétera en modalidad de cloud computing.



Hosting

Se trata de un servicio de alojamiento de sitios web, es decir, de todo el contenido de sus páginas web para que los usuarios puedan acceder a ellas en cualquier momento por diferentes vías siempre que dispongan de conexión a Internet.



The screenshot shows the AWS Route 53 console for the hosted zone 'licoreriaberryec.com'. It displays a list of DNS records with the following data:

Record name	Type	Routin...	Differ...	Value/Route traffic to
licoreriaberryec.com	NS	Simple	-	ns-1988.awsdns-56.co.uk. ns-1062.awsdns-04.org. ns-452.awsdns-56.com. ns-519.awsdns-00.net.
licoreriaberryec.com	SOA	Simple	-	ns-1988.awsdns-56.co.uk. awsdns-hostmaster.amazon.com. 1 7200 900 1209600 86400
www.licoreriaberryec.com	A	Simple	-	18.190.38.134

Estrategia SEO

La optimización de motores de búsqueda (SEO) se ha considerado tradicionalmente como un componente del marketing de motores de búsqueda.



Tabla 3. Ventajas e desventajas en el sitio web

Ventajas	Desventajas
Simplificación de procesos	Sitios web tramposos
Alcance exponencial	Publicidad invasiva
Fácil comunicación	Limita las relaciones interpersonales

CAPITULO III

Tipos de clientes

Cliente Informado

Es el cliente que observa todo a su alrededor y siempre va tener sus preguntas porque sabe sobre el tema.

Cliente impulsivo

Es el cliente que no tiene mucho tiempo y demuestra desesperación. Es difícil de tratar por su comportamiento de compra.

Cliente discutidor

En este caso el cliente solo quiere encontrar un negocio para poder dejar sus quejas y malos momentos de atención.

Cliente confundido

Es el cliente que no sabe que desea comprar en esta ocasión deben tener paciencia y tranquilidad para que el cliente se concentre en su compra.

Cliente silencioso

En este caso el cliente admira tu negocio, pero al momento de hacer su comprar tendrá muchas dudas sobre el producto.

Ciente negociador

En este caso el cliente siempre ira por los productos que estén de oferta o tengan algún descuento por su compra.

Ciente leal

Los clientes leales siempre estarán atentos a los productos o la imagen del negocio donde las demás competencias puedan tener el mismo producto siempre se quedará a tu lado.

Ciente “rehén”

Son aquellos clientes que no pueden estar contentos con el negocio, pero siguen comprando los productos por sus precios.

Ciente mercenario

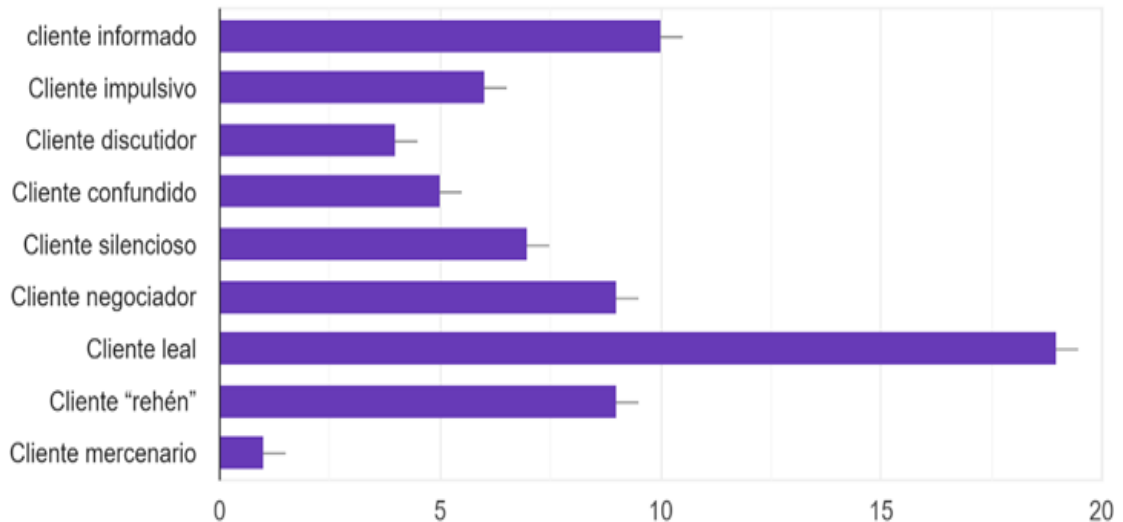
Se le caracteriza por no ser fiel a ningún negocio y por no tener ningún compromiso de comprar los productos de dicho negocio.

Encuesta-clientes

Ilustración 4. tipo de clientes

¿Qué tipo de cliente piensa que es usted?

31 respuestas



El sitio web nos permitirá la comunicarnos con todos los tipos de clientes, pero sobre todo con los clientes informado, negociador, leal, rehén, silencioso.

El cliente negociador siempre visitara la licorería cuando tengan productos en ofertas o descuentos.

El cliente leal y rehén siempre irán a la licorería a pesar de cualquier cosa que proponga la competencia

Y por otra parte el cliente silencioso siempre va a necesitar más información de los productos a vender.

Decisión de compra

Lo atractivo

Tanto el producto como el negocio siempre debe cubrir las necesidades de los clientes como los precios, las ofertas y descuentos para poder así retenerlos siempre en la compra de los productos.

La percepción

La percepción siempre tendrá una sensación o impresiones de que pueda pasar en este caso sería la lealtad del cliente al negocio con la ayuda de los productos que desee comprar.

La percepción a los clientes es la manera de observar los productos porque no a todos les parecerá bien a muchos le parecerá lo contrario. (HERRADA TOLEDO, 2018)

El aprendizaje

Según (HERRADA TOLEDO, 2018) El aprendizaje está ligado directamente con la experiencia. Siempre el consumidor va desear el mejor producto donde el después podrá recomendar el producto con sus amigos y familiares.

Las experiencias de los otros, también influyen en el aprendizaje por eso todos los clientes que entren en el negocio siempre tendrán que dejar sus buenos comentarios.

Actitud-cliente

Una actitud positiva en el servicio al cliente es mantener la calma durante las interacciones, hacer todo lo posible para construir relaciones sólidas con los clientes y asegurarse de que a través de su comportamiento vean a la empresa como auténtica a los empleados, que son la cara de la empresa. (MARTINEZ, 2014)

Compra por impulsos

Si bien este no es necesariamente uno de los aspectos psicológicos de la compra, es una compra no planificada, impulsiva y, en algunos casos, poco saludable que tiene un fuerte elemento psicológico; Aunque se considera una respuesta emocional a un producto o servicio, es clave para su decisión de compra: tomar una decisión de compra.

En tales casos, no se trata de satisfacer necesidades según un esquema piramidal o actuar según creencias, sino de 'resolver problemas emocionales a través de las compras'.

Los clientes toman decisiones de compra más precisas en función de la información que tienen sobre un producto o servicio. Cuantos más datos sobre ellos, no solo precio y marca, más amplio será el rango de criterios que se utilizará, y menos opciones para comprar

Uso de tecnología

La tecnología relacionada con nuestro entorno acelera, optimiza y mejora algunas de las actividades que realizamos a diario. La comunicación actual ha recorrido un largo camino, más rápido que nunca.

La tecnología juega un papel muy importante en el mundo desde el momento en que crea las "cosas" creativas que todos queremos tener lo antes posible. Todos queremos tener estilo y enorgullecernos de tener los últimos productos en el mercado.

Los inventos tecnológicos han mejorado en cierta medida nuestra calidad de vida, pero lo más importante, con el desarrollo de esta tecnología, las actitudes de millones de personas han cambiado, posiblemente hacia una nueva cosmovisión, ya no reuniendo ideas y conocimientos, sino compartiendo y sacando a la luz juntos.

El sitio web es un avance tecnológico, principalmente para el entretenimiento, pero también una herramienta esencial para los negocios de innovación o investigación que buscan hacerlo, ayuda a muchos negocios a través del medio de comunicación virtual cuando saben lo que tiene y cuál es su oferta, cuál es su negocio. Sobre su precio, un conjunto de todos estos factores que puede imaginar para que sea más fácil para sus clientes.

CAPITULO IV

Aprovechamiento de la página en los clientes

1. Mayor alcance

Un sitio web diseñados para ser vistos en cualquier parte del mundo con acceso a Internet. Reducir las barreras de espacio y tiempo. Esto permite que sus clientes que no tienen acceso a su empresa tradicional hagan prácticamente lo mismo. De esta manera, siempre puede hacer que su marca sea visible para más personas.

2. Menor inversión

Como se pudo mencionar en el punto anterior, puedes llegar a mucha gente con solo abrir un sitio web. Será muy costoso lograr esto en comparación con los medios tradicionales. Por ejemplo, abrir una tienda que pueda exhibir productos todo el día sería muy costoso. Esperar es la "esperanza" del cliente por algo. Las expectativas del cliente se ven afectadas por uno o más de los siguientes cuatro escenarios:

La mejor parte es que no tiene que pagar alquiler ni mano de obra permanente en el lugar. Solo un buen programador es suficiente y el negocio se cuidará solo.

3. Mejor manera de encontrar nuevos colaboradores

Gracias a un sitio web, puedes llegar a muchas personas, no solo clientes, sino también personas que quieren trabajar contigo para desarrollar tu negocio. Si lo desea, puede implementar una sección "Trabaja con nosotros" en su sitio web. De esta manera, puede ahorrar mucho dinero haciendo mucho trabajo. Puede obtener recomendaciones y luego filtrarlas según los perfiles que necesita. Todo es rápido, fácil y barato.

4. Encuentras nuevos clientes

Siempre puedes encontrar nuevos clientes gracias a los tipos de sitios web que te ofrecen. Porque lo necesitan, buscan en internet. Si tiene un sitio web bien posicionado, pueden encontrar su marca y construir una relación comercial.

5. Da confianza y respaldo a la tienda física

La mayoría de los negocios ahora tienen un sitio web donde pueden mostrar sus productos y por defecto informar a los clientes que van de la mano con la tecnología. Esto no solo acerca a los clientes, sino que también da una imagen profesional.

6. Abierto 24/7

En el sitio web, si tiene una tienda virtual en su sitio web, los usuarios pueden ver a su propio ritmo. O simplemente puede obtener más información sobre la marca y estar absolutamente seguro de que creará un vínculo transaccional.

7. Muestra la imagen de la empresa

Otro gran aspecto de un sitio web es que captura más información sobre su marca. Desde el diseño de contenido, pasando por una breve historia de lo que haces, hasta los servicios que brindas. Lo mejor de todo es que también puede incluir un llamado a la acción para que los clientes sugieran un presupuesto o pregunten sobre los productos y servicios que ofrece.

8. Incrementa ventas

. Finalmente, ayuda a expandir las ventas a lugares a los que tal vez nunca te hayas dirigido, ampliando tu negocio y haciendo más conocida tu marca. (THOMPSON, 2007)

Calidad del cliente

La calidad se puede decir que es la primera sensación que el cliente observan sobre el producto o también sobre la atención a los clientes tiene acerca del producto o del servicio que ofrece en dicho lugar.

La calidad es subjetiva

La calidad no es objetiva, todo depende de las necesidades, transacciones o deseos del cliente a nivel de producto o servicio.

El valor del cliente significa una percepción subjetiva de la calidad de un producto o servicio, porque no todos los clientes sentirán lo mismo por la empresa, para algunos es normal, por lo general, para otras personas es lo mejor, para otros lo peor.

Lo que cliente espera

Los clientes esperan un servicio eficiente, rápido y capaz de satisfacer sus necesidades y, lo más importante, la mejor solución a sus problemas.

la experiencia del cliente

- En primer lugar, escuche a su cliente.
- Atienda usted mismo a sus clientes.

- Siempre contara con sus propias normas y reglas para los clientes. ((RAUL AVELLANEDA, 2017)

Indicadores en riesgos en venta

- Riesgo durante nuevos lanzamientos de producto.
- Medida de la importancia de los clientes.
- Marketing y publicidad.
- Desinformación. Nuestro riesgo favorito.
- Identificación de mercados. También es cuestión de datos. (MONTALVO DIANA, 2016)

Con los indicadores de riesgo la empresa ya sabe las posibilidades de un suceso que puede existir, como también puede determinar las posibilidades de un fracaso y hasta donde pueda afectar a la empresa o qué nivel puede alcanzar el fracaso.

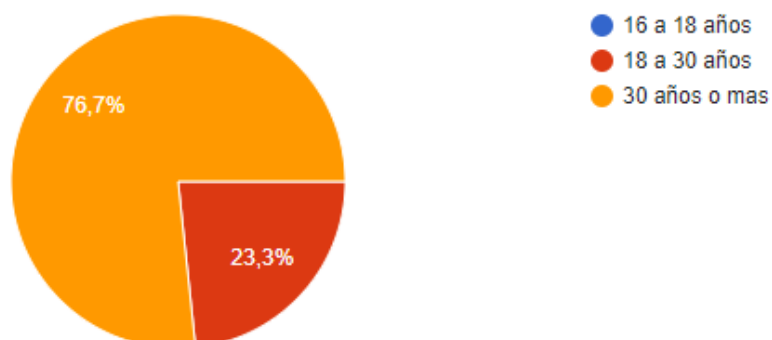
Tabla 4. Riesgo y componentes de la licorería.

Riesgos y sus componentes	Control 1	Control 2
Definición de la estrategia en servicio al cliente y venta por información errónea o deficiente.	Las fuentes de información se desarrollarán por las estrategias de estudios y estadísticas.	Evaluación de la estrategia de servicio al cliente y ventas de forma parcial.
Falta de información de la competencia.	Estudios de investigación de la competencia.	Participación con la información de investigación otorgada.
Definición inadecuada de los precios de los productos fabricados.	Análisis de rentabilidad	Niveles de verificación y autorizados de los precios.

Análisis de encuestas del negocio

¿Seleccione el rango de edad al que pertenece?

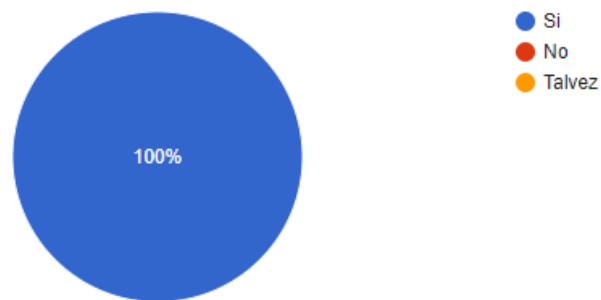
30 respuestas



En esta imagen se puede notar que la licorería Blueberry más llegan clientes que tienen desde los 18 años en adelante.

¿Considera una buena opción que la licorería Blueberry cuente con un sitio web para mejorar su desempeño y utilidad?

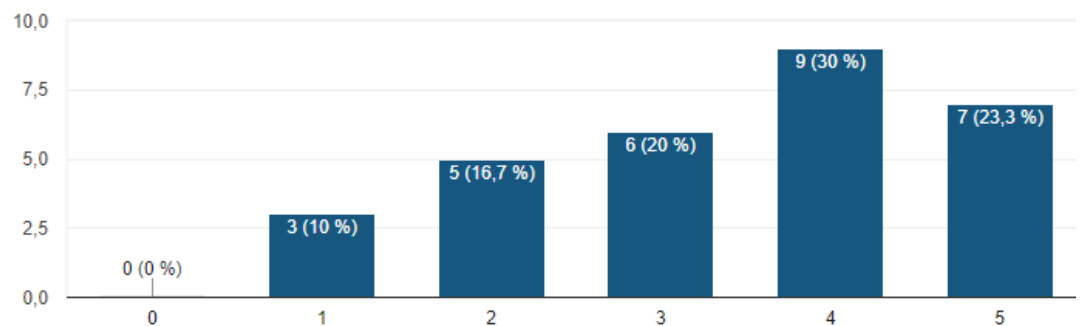
30 respuestas



Muchas personas quisieran que este negocio cuente con un sitio web para que los clientes tengan una mejor experiencia

¿Teniendo en cuenta su experiencia completa con el equipo de servicio al cliente de nuestra licorería, ¿con qué probabilidad nos recomendaría a un amigo o colega?

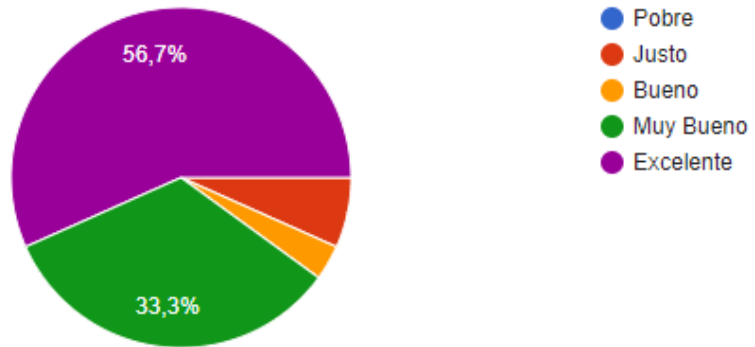
30 respuestas



La licorería tiene clientes leales que son capaces de recomendar la licorería para que puedan hacer sus diferentes compras.

En general, ¿Cómo calificaría el producto ?

30 respuestas



En esta parte se puede observar que la calidad de producto que vende la licorería Blueberry es excelente.

¿Tiene alguna sugerencia adicional sobre nuestro producto o servicio?

22 respuestas

contar con la pagina web
pagina web
tener un sitio para poder ver desde la casa
ninguna
pagina web o pagina en facebook
mejorar la produccion en redes sociales
manejar pagina web
tener algo para los clientes que puedan ver desde casa o del lugar que se encuentre para ver el catalogo
niguno

La mayoría de clientes desean que contengan un sitio web pero también que le una a todo esto las redes sociales.

CAPÍTULO V

Estrategias SEO

SEO (Search Engine Optimization) es un conjunto de técnicas que permiten a los motores de búsqueda indexar y ubicar una página web en sus resultados de búsqueda.

Las estrategias Search Engine Optimization (SEO), sirven para mejorar la visibilidad de los sitios web en el momento en el que un usuario indaga en los buscadores del internet, ubicándolo en los primeros resultados.

El SEO se traduce como la optimización de motores de búsqueda o posicionamiento en buscadores, y tiene como principal objetivo la visibilidad de un sitio web” (ORTEGA, 2015) .

Posicionamiento web

(MOYA, 2011) menciona sobre el posicionamiento de un sitio web en los motores de búsqueda, lo siguiente:

La posición web se define de forma básica, como la posición que ocupa la URL de una página web o de una página web, en el listado presentado en un buscador en una búsqueda sobre su motor aplicando un conjunto de palabras clave. Cuando hablamos de posicionamiento SEO (Search Engine Optimization) nos referimos a “una posición orgánica o natural en los resultados que muestran los buscadores en Internet, es decir, son

los resultados muestra sin previo pago, de manera habitual, excluyendo los resultados patrocinados” (LOPEZ, 2008).

Palabras Claves

- **Popularidad:** Siempre hay palabras que son muy buscadas y hay que tener en cuenta este tipo de palabras para la estrategia de posicionamiento web que se va a realizar. Sin embargo, las palabras más populares también suelen atraer mucha competencia.
- **Competencia:** Cuando hay mucha competencia la dificultad de posicionamiento es mayor. Por eso la combinación perfecta es encontrar un nicho o grupo de palabras clave que describan claramente la web y que no tengan mucha competencia.
- **Relevancia desde el punto de vista del marketing:** Es necesario conocer perfectamente el público objetivo al que va dirigido la web sabiendo e intuyendo que palabras clave usan para encontrar un producto o servicio.
- **Relación con el contenido del sitio:** Además de palabras clave que encajen con los contenidos de la web siempre hay que usar aquellas que son relevantes desde el punto de vista del marketing. Describir el contenido, pero siempre enfocándolo a lo que buscan los clientes.

Ilustración 5. Palabras claves

Licorería Blueberry	Licores baratos
Licorería Cuenca	Licorería y bar

Semrush

Según (ORTEGA, 2015) Los puntos fuertes de semrush envuelven, principalmente, un análisis minucioso para búsquedas de palabras clave, el análisis global de sitio y el análisis de la competencia

Ilustración 6. Palabras claves semrush

Palabras clave del proyecto ✕ Borrar todo

- alcohol ✕
- 2 licores baratos ✕
 - licores ✕ licorería ✕ cuenca ✕ barato ✕ bar ✕
 - alcohol ✕
- 3 licoreria cuenca ✕
 - licores ✕ licorería ✕ cuenca ✕ barato ✕ bar ✕
 - alcohol ✕
- 4 licoreria blueberry ✕
 - licores ✕ licorería ✕ cuenca ✕ barato ✕ bar ✕
 - alcohol ✕

Palabras clave a seguir en este proyecto: 4
Palabras clave en todos los proyectos/ límite de la cuenta: 4 / 10

Ilustración 7. Palabras claves semrush 2

Panel > Proyectos > [redacted] > Rastreo de posición

Rastreo de posición: [redacted]

Panor... | Visión gen... | Distribución de ran... | Etiqu... | Pági... | Canibaliza... | Hallazgo de competi... | Dispositivos y ubicac... | Fragmentos desta...

Recopilando datos de palabras clave: 0/4

Consejo: El informe Landing pages muestra todas las posibles URL que clasifican con tus palabras clave.

[← Volver al panel](#)

Ilustración 8. Palabras claves semrush 3

Palabras clave principales ⁱ

Palabra clave	Pos.	Visibilidad
licorería blueberry	4 0	5,43%
licorería y bar	- -	0%
licores baratos	- -	0%
licorería cuenca	- -	0%

[Ver las 4 palabras clave](#)

Impacto positivo ⁱ

No hay datos que mostrar

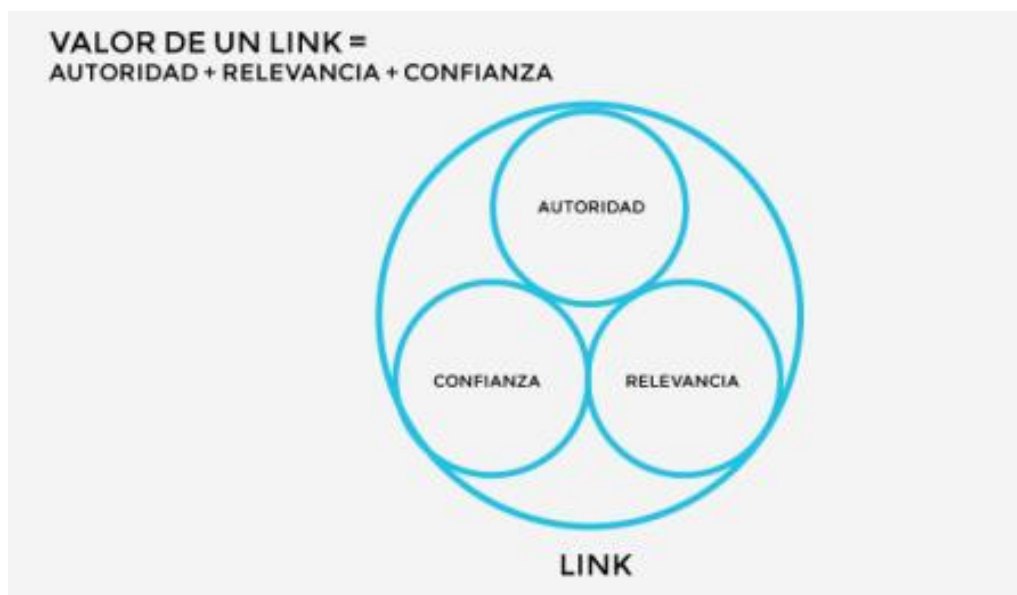
Impacto negativo ⁱ

No hay datos que mostrar

licorería blueberry	alcohol X bar X	1	4	4	0	5,426%	0
licorería cuenca	alcohol X bar X	C	-	-	-	0	0
licores baratos	alcohol X bar X	C	-	-	-	0	0
licorería y bar	alcohol X bar X	C	-	-	-	0	0

Enlaces y menciones

- **Relevancia:** Un enlace a una página que hable de una temática similar a la página donde está el enlace siempre aportará más valor que otra que hable de una temática diferente.
- **Autoridad:** Una página web a la que enlacen muchas webs aportará más valor que otra a la que enlacen menos.
- **Confianza:** Google tienen ciertas webs de “confianza” (universidades, instituciones, gubernamentales, etc.). Estas páginas siempre tienen un valor de confianza máximo y cuantas menos webs intermediarias haya entre la página y las webs de “confianza” de Google mejor posicionamiento para dicha página.



Herramienta SEO

Tabla 5. Google Analytics

Herramienta	Descripción	Características	Beneficio	Ventajas	Desventajas
Google Analytics	Es una herramienta de analítica web de la empresa Google donde Ofrece información agrupada del tráfico que llega a los sitios web según la audiencia, la adquisición, el comportamiento y las conversiones que se llevan a cabo en el sitio web.	Herramienta de análisis. Analítica de contenido. Analítica de redes sociales. Analítica de publicidad.	Mayor conocimiento de la página web. Optimización de la visibilidad, flujos de navegación y conversiones. Reconocimiento de nuevas oportunidades de negocio.	La velocidad de carga de la página de forma asíncrona. Número de informes incluyendo análisis en tiempo real (con graficas). Múltiples sitios y usuarios para editar, leer y analizar.	Limitaciones de técnicas para el navegador. Diseño intuitivo con menús entendibles y coloridos. Datos guardados por tercero. Pérdida de datos por error.

Tabla 6. Google Ads

Herramienta	Descripción	Características	Beneficio	Ventajas	Desventajas
Google Ads	Es un servicio y un programa donde se utiliza para ofrecer publicidad patrocinada a potenciales anunciantes. Los anuncios patrocinados de Google Ads aparecen en: En la página de resultados junto con los resultados de búsquedas naturales u orgánicas.	Herramienta de análisis. Análisis de anuncio. Analítica de publicidad.	Anuncios en línea para llegar a las personas en el momento exacto en que se interesan por los productos y servicios que ofrece	La velocidad de carga de la página de forma asíncrona. Número de informes incluyendo análisis en tiempo real (con graficas). Múltiples sitios y usuarios para editar, leer y analizar.	Limitaciones de técnicas para el navegador. Diseño intuitivo con menús entendibles y coloridos. Datos guardados por tercero. Pérdida de datos por error.

Tabla 7. Google Search Consolé

Herramienta	Descripción	Características	Beneficio	Ventajas	Desventajas
Google Search consolé	Es un servicio gratuito para webmasters de Google que permite a los creadores de páginas web comprobar el estado de la indexación de sus sitios en internet por el buscador y optimizar su visibilidad	Herramienta de análisis. Analítica de publicidad.	Presentar y comprobar un mapa del sitio. Comprobar y ajustar la frecuencia de rastreo y ver estadísticas sobre el robot de Google cuando se accede a un sitio en particular.	Consigue más enlaces a tu sitio. Búsquedas en Google Analytics. Usabilidad móvil. Acciones manuales. Rastreo de errores.	Necesitas disponibilidad de tiempo, para leer cada guía y comprender de mejor manera.

CAPÍTULO VI

Características de los sitios web

1. Capacidad de autogestión fácil, intuitiva y simple

Para que el contenido se mantenga actualizado, el portal debe ser fácil de administrar para los miembros de su equipo, ya sea que tengan conocimientos técnicos o informáticos como si no los tienen.

2. Páginas web adaptativas / Responsive design

Hoy en día es impensable que una web no tenga un diseño que se adapte a los diferentes dispositivos móviles: smartphones, tablets, portátiles, etc.

3. Velocidad de carga óptima

Si te interesa que los usuarios que visiten tu sitio web lo hagan de manera recurrente y estén satisfechos con éste, es de vital importancia que cargue rápido.

4. SEO

El proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de varios motores de búsqueda como Google, Bing o Yahoo.

5. Buena usabilidad y organización

Si su sitio web está bien organizado y sigue una estructura que coincide con los estándares generales del mercado, los usuarios lo encontrarán más fácil de usar y se sentirán más seguros.

6. Página de contacto o elementos de interacción visibles

Es muy probable que parte de los usuarios que recibas en tu portal web quieran ponerse en contacto con tu empresa. Por eso, necesitas una página de contacto donde puedan dejar un mensaje, ver el número de teléfono, obtener la dirección física de tu empresa, etc.

7. Un diseño adaptado al estilo corporativo.

Para crear una buena imagen de marca y unificar mensajes, es importante que el portal de tu empresa se parezca al resto de elementos que componen tu marca. como el logo, la tipografía, los puntos de venta, oficinas o fábricas (dependiendo del tipo de negocio que sea), estilo de empresa, filosofía etc.

Seguimiento de ofertas

La oferta de la empresa tiene como objetivo llamar la atención de los usuarios para acceder a un nuevo precio del producto fabricado, para lo cual tendrán condiciones especiales en cuanto al ajuste del precio original.

Muchas marcas eligen ofertas para generar más ventas y ganancias para su negocio y mejorar su imagen entre los consumidores. Estas estrategias están diseñadas para atraer nuevos clientes y retener a los existentes.

Hay varios tipos de ofertas que se utilizan en la publicidad, aquí hay algunas:

Ofertas de caballos, que incluyen una oferta para vender un producto bajo ciertas condiciones específicas, al comprar otro producto.

Oferta conjunta, oferta para suministrar dos o más productos juntos.

Oferta de lanzamiento, como su propio nombre indica, consiste en ofertar un producto en el periodo en el que sale a la venta por primera vez.

Una oferta de un precio, producto o servicio ofrecido a un precio reducido sin ninguna razón en particular. (ORTIZ REINOSO, 2005)

Entregar mayor control a los clientes

Para los clientes es importante estar de acuerdo en muchas cosas y saber entender lo que el cliente quiere hacer con la empresa y tener paciencia porque a veces el cliente tiene dudas sobre la compra.

Es necesario tener un empleado encargado de esta tarea, es decir, atender a los clientes correctamente, pero sin ese empleado encontrarás que tu negocio tiene muchos problemas porque perderás mucho dinero.

Pero muchas veces las empresas no ofrecen estas libertades a diferentes áreas de la relación con el cliente, por problemas de confianza interna o por falta de capacidad de delegación. y organización de tareas a las personas responsables. En última instancia, esto afecta directamente la experiencia del cliente con cualquier problema durante su compra. (TAPIA, 2009)

CAPÍTULO VII

Negocios-clientes-productos

Negocios

Las mejores empresas saben que es mejor reducir costos, reducir la productividad del producto vendido y así ser considerada la mejor licorería de la actualidad o ganar reputación en el país y en el extranjero.



Clientes

Los clientes deben tener un buen servicio al cliente que los haga felices para que puedan regresar a su antiguo negocio y seguir comprando, y el servicio al cliente también debe estar satisfecho con el producto o servicio.



Productos

Un buen producto se crea y se garantiza con un concepto y conocimiento de venta bien ejecutado. Después de esta idea, no hubo problema en vender el producto y el cliente entregó el producto satisfecho.



Visión

Ser líder a nivel provincial superando las expectativas de nuestros clientes con productos innovadores de alta calidad, fomentando el desarrollo de nuestros colaboradores y el continuo crecimiento de nuestra licorería con el mejor servicio del cliente.

Misión

Satisfacer con excelencia a los consumidores y crear más sonrisas disfrutando de nuestros productos y precios.

Capítulo VIII

Conclusiones

La licorería Blueberry en la actualidad no cuenta con una buena experiencia al cliente donde los clientes necesitan ser motivados, por lo tanto, no satisface las necesidades de los clientes.

Después de realizar todo el análisis del sitio web se puede decir que los clientes están en todo el uso del internet y las nuevas tecnologías que se vive hoy en día ya sea por el gusto o por necesidades es lo que la sociedad pide, con un sitio web tendrán lo mejor en crecimiento y ser muy competitivo con otros negocios.

El desarrollo del sitio web se convierte en un proyecto innovador por el motivo que muchas empresas y negocios carecen de tener un servicio al cliente correcto, donde los clientes piden o desean una mejor atención y sobre todo tener un producto confiable.

Las dificultades encontradas en atención al cliente se producen mediante las reglas que no tiene un parámetro para un buen servicio al cliente, por eso muchos clientes no regresan por más bueno que sea el producto si ellos sienten que no es el trato correcto no regresaran y si fuera todo lo contrario pues al momento de calificar debería ser excelente.

Recomendaciones

Se recomienda verificar la información de investigación ya que en esta se plasma la aceptación, carácter y eficacia de los potenciales de los clientes.

Dar un servicio sensacional a los clientes, que les permita atraer nuevos clientes para el negocio.

Realizar planes de acción para orientar a los clientes con el objetivo de satisfacer la fidelidad hacia el negocio, aumentando sus producción y clientela.

Se le recomienda hacer un test para saber la opinión de los usuarios sobre la atención del cliente y sobre sus productos para obtener nuevos o mejora de requerimientos funcionales.

Incrementación de las formas de pago, obtener otras elecciones de pago en el sitio web como; tarjeta de crédito de esta manera brinda mucha comodidad a los clientes al ejercer sus pagos.

Bibliografías

Bibliografía

(RAUL AVELLANEDA, 2. (2017). Obtenido de <http://revistas.unisimon.edu.co/index.php/innovacioning/article/view/2618>

CARRASCO, S. (2019).

HERRADA TOLEDO, A. P. (2018). Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/13702>

LOPEZ. (2008). Obtenido de <http://www.libroseo.net/>

MARTINEZ, M. P. (2014).

MARTN, V. (s.f.). Obtenido de <https://victormartinp.com/%C2%BFpor-que-es-tan-importante-el-seo-video-infografia/>

MONTALVO DIANA, L. C. (2016). Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/36422>

MOYA, A. A. (2011). Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/12063/Memoria.pdf>

ONGALLO, C. (2012).

ORTEGA. (2015). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/310/>

ORTIZ REINOSO, D. Y. (2005). Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/6853>

PERURENA CL, M. B. (2013). Obtenido de <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=45734>

TAPIA, F. (2009). Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/35941798/Como_Mejorar_Servicio_al_Cliente-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1631992188&Signature=NKFVp6HcmK5kwII4LhHee4s2bY-NbsnAJD9T6sb~wGDzRzuQ0EXG3IKb4CXQJolvHZ-KOiZTBRBhwBxeRvSWkQRC~IUfwYrYT5XETdgcMk20q~0kJj7Kt6Vsd3G

THOMPSON, I. (07 de 2007). Obtenido de <https://www.procace.cl/Demos/tmk/docs/Satisfacci%C3%B3n%20al%20Cliente.pdf>

Artículos

Artículo 1

CALIDAD EN EL SERVICIO: EL CLIENTE INCÓGNITO

María Mercedes Botero¹, Paola Peña

Universidad del Norte. Barraquilla, Colombia

Artículo 2

Estrategias de clientes

Restrepo f., carlos elias; restrepo ferro, luz stella; estrada mejía, sandra enfoque estratégico del servicio al cliente scientia et technica, vol. Xii, núm. 32, diciembre, 2006, pp. 289-294 universidad tecnológica de pereira, Colombia.

Artículo 3

Scientia et technica, Issn: 0122-1701

Scientia@utp.edu.co

Universidad tecnológica de pereira, Colombia

Restrepo f., carlos elias; restrepo ferro, luz stella; estrada mejía, sandra

Glosario

Reciprocidad

En antropología cultural, se refiere a cómo ocurre el intercambio informal de bienes y mano de obra dentro del sistema económico informal de una ciudad.

Fidelización

Es un concepto de marketing que designa la lealtad de un cliente a una marca, producto o servicio concretos, que compra o a los que recurre de forma continua o periódica.

Analítica web

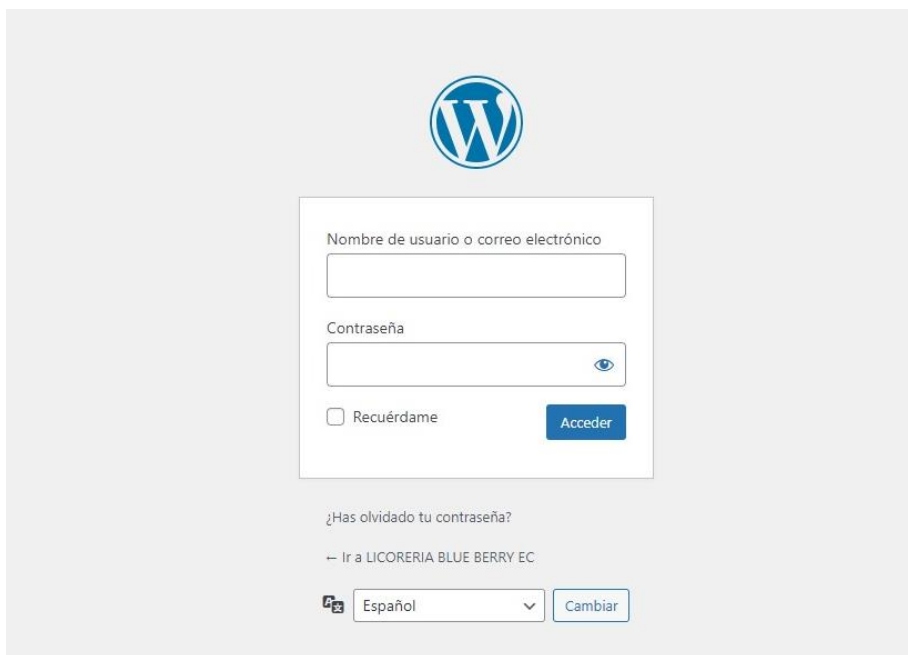
Es el proceso (de recopilación, medición, evaluación y explicación racional) .

Estrategia SEO

Motor de búsqueda donde es un conjunto de acciones y técnicas que se emplean para mejorar el posicionamiento (la visibilidad) en buscadores de un sitio web.

Anexos

Acceso al dashboard de la página de WordPress




Nombre de usuario o correo electrónico

Contraseña

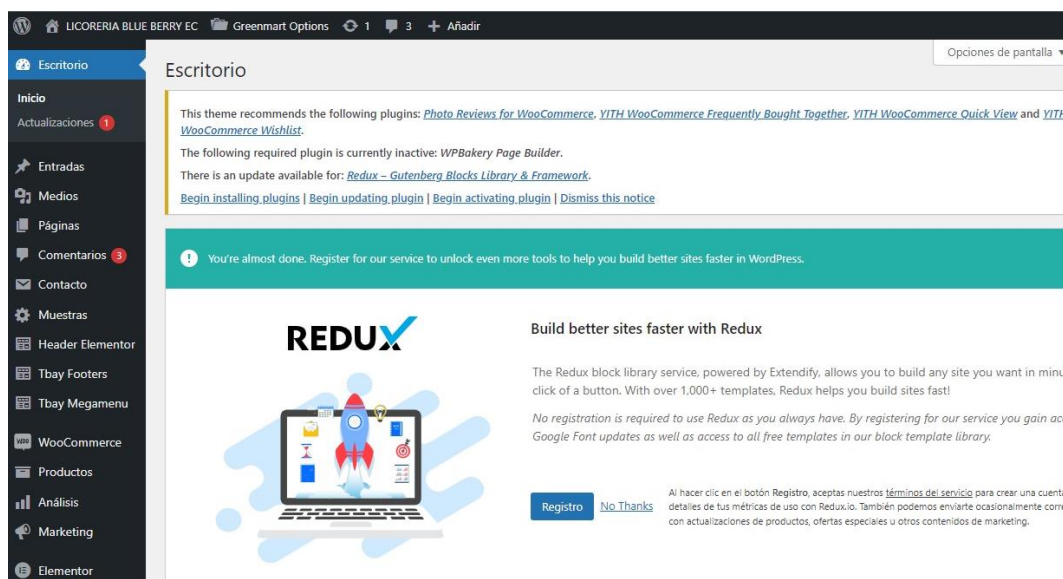
Recuérdame

¿Has olvidado tu contraseña?

← Ir a LICORERIA BLUE BERRY EC

 Español

Panel administrativo de la página



Inicio

Actualizaciones 1

Entradas

Medios

Páginas

Comentarios 3

Contacto

Muestras

Header Elementor

Tbay Footers

Tbay Megamenu

WooCommerce

Productos

Análisis

Marketing

Elementor

Escritorio

Opciones de pantalla

This theme recommends the following plugins: [Photo Reviews for WooCommerce](#), [YITH WooCommerce Frequently Bought Together](#), [YITH WooCommerce Quick View](#) and [YITH WooCommerce Wishlist](#).

The following required plugin is currently inactive: [WPBakery Page Builder](#).

There is an update available for: [Redux - Gutenberg Blocks Library & Framework](#).

[Begin installing plugins](#) | [Begin updating plugin](#) | [Begin activating plugin](#) | [Dismiss this notice](#)

You're almost done. Register for our service to unlock even more tools to help you build better sites faster in WordPress.

REDUX

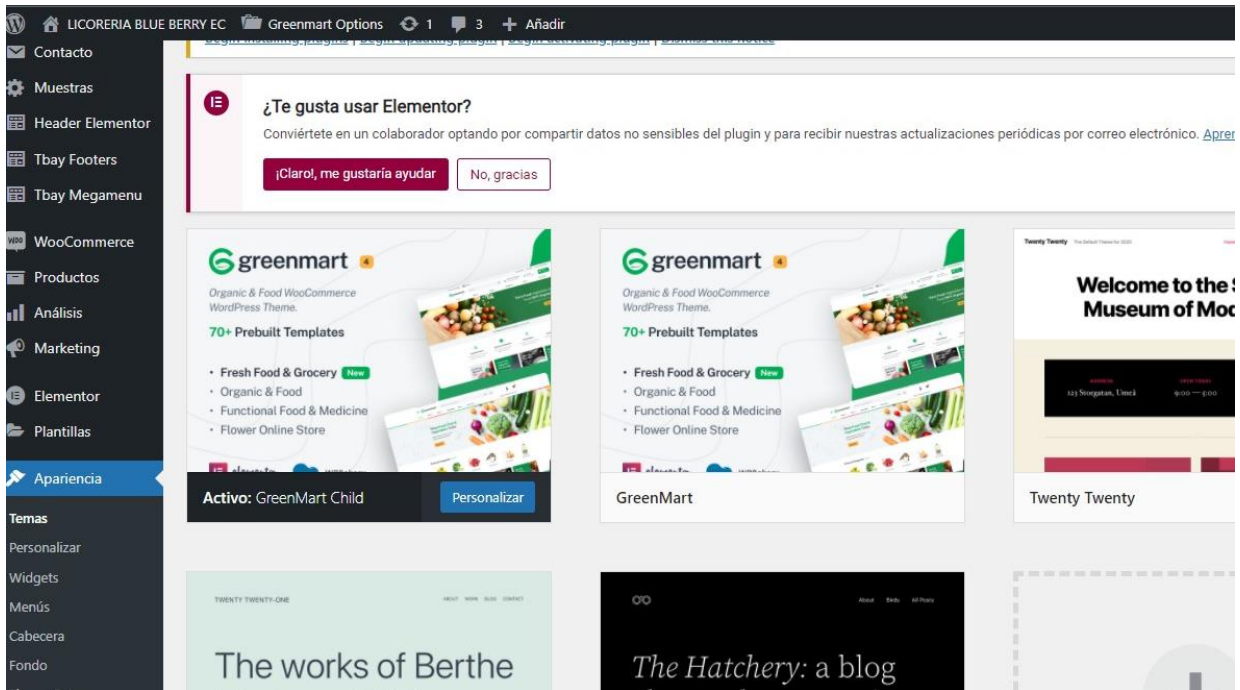
Build better sites faster with Redux

The Redux block library service, powered by Extendify, allows you to build any site you want in minut click of a button. With over 1,000+ templates, Redux helps you build sites fast!

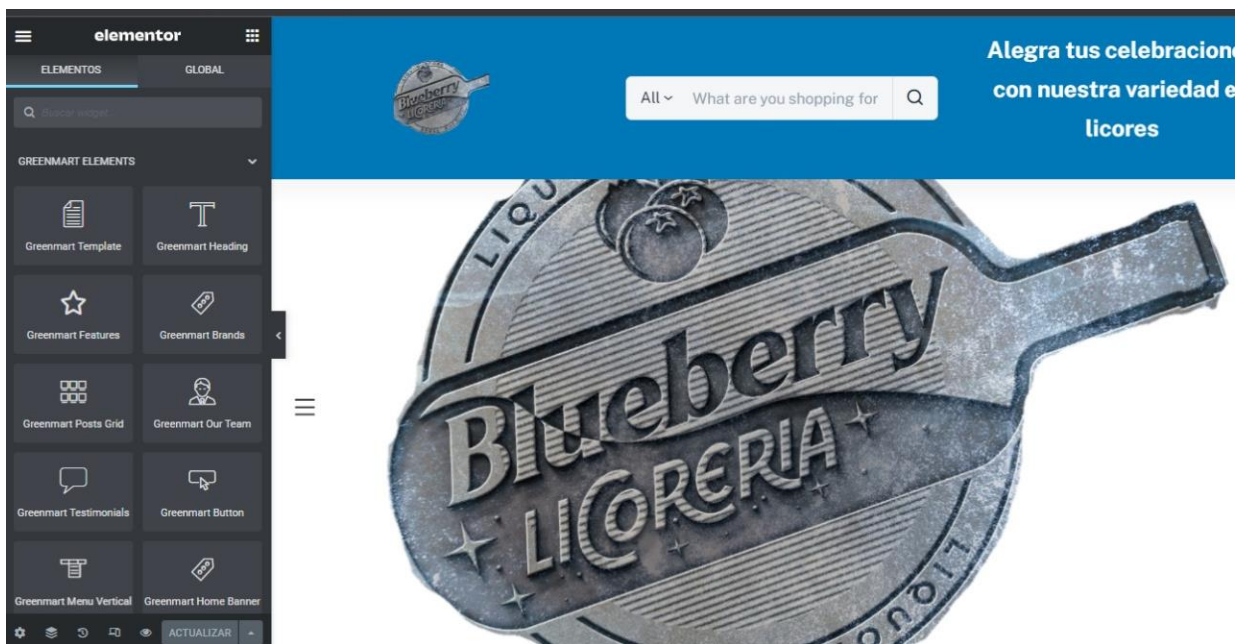
No registration is required to use Redux as you always have. By registering for our service you gain acc Google Font updates as well as access to all free templates in our block template library.

Al hacer clic en el botón Registro, aceptas nuestros términos del servicio para crear una cuenta detalles de tus métricas de uso con Redux.io. También podemos enviarte ocasionalmente correos con actualizaciones de productos, ofertas especiales u otros contenidos de marketing.

Plantilla Usada para la pagina



Edición de página principal








Productos subidos a WordPress

Productos

Acciones en lote Elige una categoría

141 elementos << < 1 de 8 > >>

<input type="checkbox"/>	Nombre	SKU	Inventario	Precio	Categorías	Etiquetas	★	Fecha
<input type="checkbox"/>	 Whisky Vat-69	-	Hay existencias	\$33.00	Whisky	Elegancia, Whisky	☆	Publicada 28/01/2022 a las 22:36
<input type="checkbox"/>	 Old Times	-	Hay existencias	\$26.00	Whisky	Elegancia, Whisky	☆	Publicada 28/01/2022 a las 22:35
<input type="checkbox"/>	 Old Times Gold	-	Hay existencias	\$35.00	Whisky	Elegancia, Whisky	☆	Publicada 28/01/2022 a las 22:34
<input type="checkbox"/>	Old Times Black	-	Hay existencias	\$39.00	Whisky	Elegancia, Whisky	☆	Publicada 28/01/2022 a las 22:32
<input type="checkbox"/>	 Whisky Johnnie Walker Red	-	Hay existencias	\$41.00	Whisky	Elegancia, Whisky	☆	Publicada 28/01/2022 a las 21:54
<input type="checkbox"/>	 Johnnie Walker Black	-	Hay existencias	\$41.00	Whisky	Whisky	☆	Publicada 28/01/2022 a las 21:52

Instancia del WordPress

Instances (3) Info

Search

<input type="checkbox"/>	Name	Instance ID	Instance state	Instance type	Status check	Alarm status	Availability Zone
<input type="checkbox"/>	licoreriaBlueb...	i-0daf2842ef288d01a	Running	t2.micro	2/2 checks passed	No alarms	us-east-2c

Select an instance

Dominio

licoreriaberryec.com [Info](#) Delete zone Test record Configure query logging

► **Hosted zone details** Edit hosted zone

Records (3) | DNSSEC signing | Hosted zone tags (0)

Records (3) [Info](#) Refresh Delete record Import zone file Create record

Automatic mode is the current search behavior optimized for best filter results. To change modes go to settings.

Filter records by property or value Type ▼ Routing policy ▼ Alias ▼ < 1 > ⚙

<input type="checkbox"/>	Record name ▼	Type ▼	Routin... ▼	Differ... ▼	Value/Route traffic to ▼
<input type="checkbox"/>	licoreriaberryec.com	NS	Simple	-	ns-1988.awsdns-56.co.uk. ns-1062.awsdns-04.org. ns-452.awsdns-56.com. ns-519.awsdns-00.net.
<input type="checkbox"/>	licoreriaberryec.com	SOA	Simple	-	ns-1988.awsdns-56.co.uk. awsdns-hostmaster.amazon.com. 1 7200 900 1209600 86400
<input type="checkbox"/>	www.licoreriaberryec.com	A	Simple	-	18.190.38.134

Estrategia SEO

Google LICORERIA BLUEBERRY X 🔊 🔍

<https://www.facebook.com/Shiny-Craft-10279733874...>

Licoreria Blueberry - Home | Facebook
Ofrecemos variedad de **licores**, cervezas y vinos. Contamos con servicio a domicilio y atención las... Juan José flores y Juan Leon Mera, Cuenca, Ecuador.

https://gta.fandom.com/wiki/Licorería_de_Blueberry

Licorería de Blueberry | Grand Theft Encyclopedia - GTA Wiki
La **Licorería de Blueberry**, es un local ubicado en **Blueberry**, San Andreas. A pesar de que esta abierto, nunca hubo vendedores excepto en la misión Local ...


<https://licoreriaberryec.com>

LICORERIA BLUE BERRY EC – Otro sitio realizado con ...
LICORERIA BLUE BERRY EC. All, Agua Ardiente (18), Cerveza (18), Champagne (4), Especial (5), Gin (3), Promoción (9), Ron (18), Switch (6), Tequila (7) ...

<https://www.allrecipes.com/recipe/Traducir esta página>

Blueberry Liquor Recipe | Allrecipes
Mash thawed **blueberries** with a fork in a bowl, then place into a 1-quart canning jar. Add the lemon zest, cloves, and vodka. ... Seal the jar tightly with its lid ...

★★★★★ Calificación: 4.5 · 13 votos · 302 h 24 min



Semrush

The screenshot shows the Semrush Position Tracking tool interface. The top navigation bar includes the Semrush logo, menu items like 'Funciones', 'Precios', 'Recursos', 'Empresa', 'App Center', and 'Herramientas extra', and a green 'Actualizar' button. The left sidebar contains a 'Proyectos' section and a 'SEO' dropdown menu with various tools like 'Panel de SEO', 'INVESTIGACIÓN DE LA COMPETENCIA', 'Visión general de dominio', 'Análisis del tráfico', 'Investigación orgánica', 'Brecha de palabras clave', 'Brecha de backlinks', 'INVESTIGACIÓN DE PALABRAS CLAVE', 'Visión general de palabras clave', 'Keyword Magic Tool', 'Keyword Manager', 'Rastreo de posición', and 'Organic Traffic Insights'. The main content area is titled 'Rastreo de posición licoreriaberryec.com' and shows a '5.43%' visibility score. It includes a search bar for 'licoreriaberryec.com', filters for 'Primeras posiciones y cambios', 'Funcionalidades SERP', 'Etiquetas', 'Intención', and 'Volumen', and a 'Filtros avanzados' dropdown. A 'Share of Voice' tab is selected, showing a 7% score. The interface also features a 'Panor...' section with tabs for 'Visión general', 'Distribución de ran...', 'Etiqu...', 'Pági...', 'Canibaliza...', 'Hallazgo de competi...', 'Dispositivos y ubicac...', and 'Fragmentos desta...'. The top right corner has a 'Manual de usuario' and 'Enviar opinión' link.