

1. Revisión de Correo Electrónico Corporativo

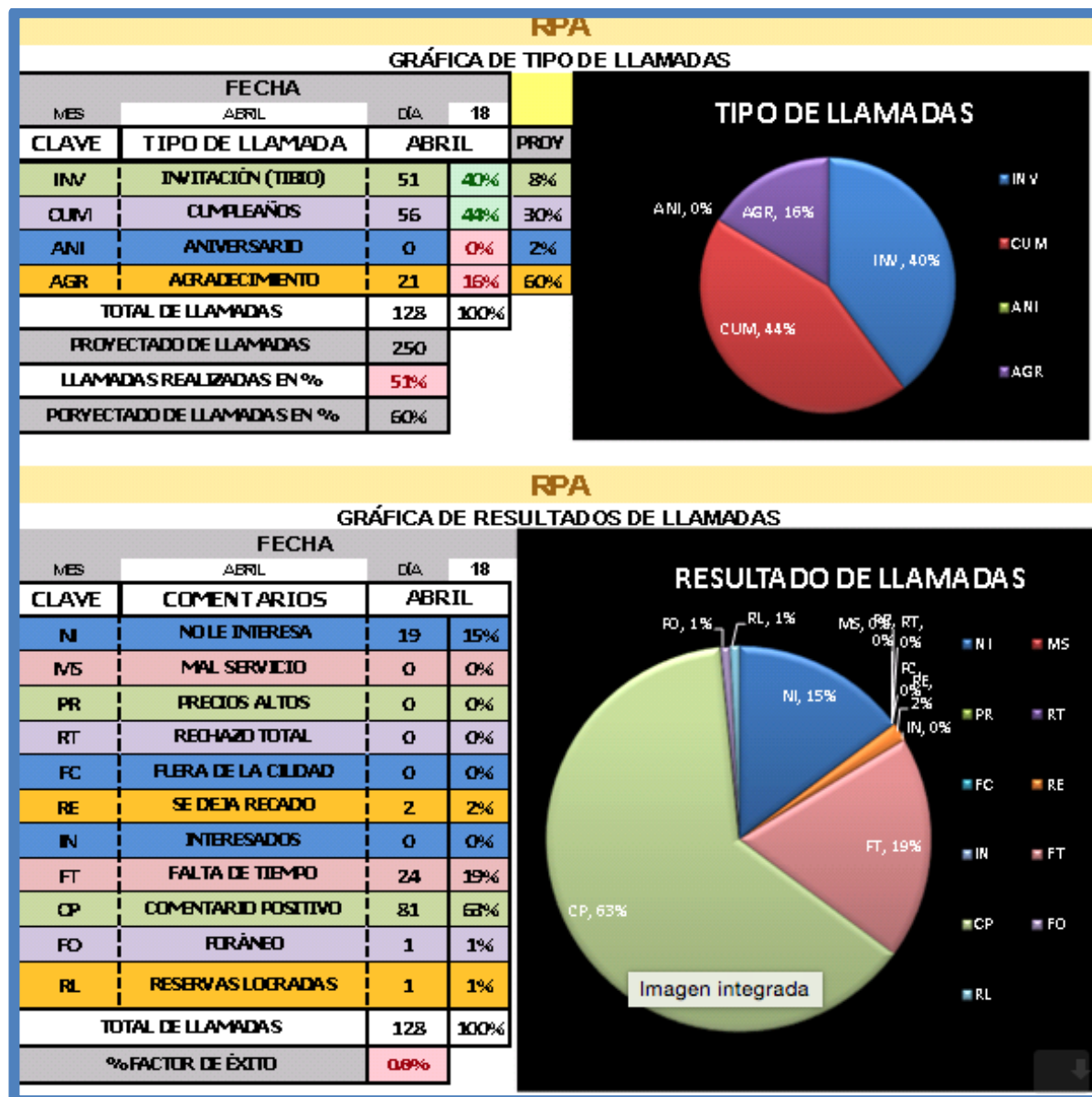
Actividad	Objetivo	Requisitos	Tiempo Tarea	Días-Horario
Revisión de correo electrónico corporativo.	Revisar status de solicitudes de imagen visual TLU	Entrar a correo corporativo de Mercadotecnia Mara@grupoallegue.com	2 hrs	Todos los días de la semana.

Como hacerlo:

1.	Entrar a mara@grupoallegue.com
2.	Revisar bandeja de entrada y enviar Diseño solicitudes de impresión
3.	Confirmar detalles de solicitudes con Gerentes TLU
4.	Cotización a 3 proveedores de acuerdo a presupuesto asignado
5.	El correo se mantiene abierto durante toda la jornada de trabajo. Es el medio más importante de comunicación institucional
6.	Generar y autorizar OC por Dirección General (supervisar con Diseño)

2. Análisis de información Telemarketing

Actividad	Objetivo	Requisitos	Tiempo Tarea	Días-Horario
Revisión gráficos enviados por DOP acerca de Actividades de Hostess	Revisar status de	Entrar a correo corporativo de Mercadotecnia Mara@grupoallegue.com	2 hrs	Lunes a miércoles



	BITÁCORA		BI-02-DOP-025-F RPA Bitácora de Información de MKT 2021 04
	Información de Mkt	DEPARTAMENTO	HOSTESS
		FECHA ACTUAL	22/04/2021
		INDICE	ACUMULADO MENSUAL

UNIDAD		CAPITAN		ANTONIO TLAPANGO									
GERENTE		HOSTESS		YANELI HERNANDEZ									
RPA		GABRIEL MORALES		CONCENTRADO MENSUAL									
ABRIL													
TOTAL VIP / %													
226 5.98%													
DIA	TOTAL DE CORTESIAS	TOTAL DE PEDIDO PARA LLEVAR	TOTAL DE PERSONAS ATENDIDAS	A	AA	AAA	CUMPLE	ANIV	LLAM	E MAIL	NIÑOS	CUMPLE NIÑOS	E MAIL NIÑOS
LUNES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MARTES	6	4	506	10	10	2	19	3	29	0	25	0	0
MIERCOLES	5	5	413	12	6	4	13	4	15	0	17	0	0
JUEVES	7	9	677	22	5	10	27	2	40	0	44	0	0
VIERNES	8	12	711	21	6	7	9	4	44	0	34	0	0
SABADO	6	16	863	40	20	10	29	6	0	0	37	0	0
DOMINGO	6	12	612	25	8	8	21	3	0	0	32	0	0
SUB TOTALES	38	58	3782	130	55	41	118	22	128	0	189	0	0
TOTAL	3878		% 3.44%	1.45%	1.08%	3.12%	0.58%		5.00%		0.00%		

CONTROL DE LLAMADAS							
NÚMERO DE LLAMADAS REALIZADAS POR HOSTESS POR DÍA							
HOSTESS	LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SUB TOTAL	PROMEDIO
YANELI	0	29	15	40	44	128	100%
ANTONIO	0	0	0	0	0	0	0%
JUAN YERAZ	0	0	0	0	0	0	0%
ISAC	0	0	0	0	0	0	0%
VICTOR	0	0	0	0	0	0	0%
GABRIEL	0	0	0	0	0	0	0%
TOTAL	0	29	15	40	44	128	100%

CONTROL DE DEPURACIÓN DE REGISTROS							
NÚMERO DE DEPURACIONES REALIZADAS POR HOSTESS POR DÍA							
HOSTESS	LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SUB TOTAL	PROMEDIO
YANELI	0	0	0	0	0	0	#DIV/0!
ADRIANA	0	0	0	0	0	0	#DIV/0!
FERNANDA GIL	0	0	0	0	0	0	#DIV/0!
0	0	0	0	0	0	0	#DIV/0!
0	0	0	0	0	0	0	#DIV/0!
TOTAL	0	0	0	0	0	0	#DIV/0!

ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD INTELECTUAL DE "GRUPO ALLEGUE, S.A. DE C.V."
QUEDA PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN TOTAL O PARCIAL A PERSONAS AJENAS A LA ORGANIZACIÓN.

OBJETIVOS

RUBRO	PROMEDIO MENSUAL	OBJETIVO
% DE RESERVAS POR OT	0.00%	5.00%
% DE RESERVAS POR SITIO WEB	0.00%	5.00%
% DE RESERVAS POR TELÉFONO	43.99%	55.00%
SIN RESERVACIÓN	56.01%	35.00%
% DE VIP	4.71%	5.50%
% DE CUMPLEAÑOS	4.74%	5.50%
% DE ANIVERSARIOS	1.12%	2.00%
% DE NIÑOS	1.30%	2.00%
LLAMADAS	325	400

LLAMADAS A REALIZAR

TOTAL	400	
INVITACIÓN (TIBIO)	30.00%	120
CUMPLEAÑOS	35.00%	140
ANIVERSARIOS	5.00%	20
AGRADECIMIENTO	30.00%	120
	100.00%	280

DISTRIBUCIÓN DE LLAMADAS MENSUALES POR PUESTO

PUESTO	%	FRIO	INV	MTTO	AGR	SUB TOTAL
SUB TOTAL		140	20	120	120	400
GTE	2.00%	3	0	2	2	8
CAP	8.00%	11	2	10	10	32
HH	90.00%	126	18	108	108	360
H1		0	0	0	0	0
TOTAL FS	100.00%	140	20	120	120	400

CORREOS ELECTRÓNICOS POR ENVIAR

[illegible]

CORREOS ELECTRÓNICOS POR ENVIAR

MAILER CUMPLEAÑOS Y ANIVERSARIO						
PERSONALIZADOS						
NOMBRE	CORREO ELECTRÓNICO	CUMPLEAÑOS	12 de mayo de	ANIVERSARIO	TEL	VIETNAM
Adamo Peltino Aguiar	aguiaradamo@yahoo.com		12 de mayo de		+62122220773	VP AA
Agripino Espinosa Rios	agripino.espinosa@gmail.com		1 de mayo de		+62222801733	VP AA
Alfonso Marcia Rangelan	marcelab@gmail.com		2 de mayo de		222601186	VP AA
Armando Macho Rodriguez	armachor@outlook.com	18 de marzo #1807-2017	19 de mayo de		+6222190367	VP AA
Aruna Antelero	anteleroa@gmail.com		1 de mayo de		+622224947879	VP AA
Beatriz Novales Miranda	beatriznovales@gmail.com		2 de mayo de		+62222732963	VP AA
Bruno Davis	brunodavis@hotmail.com		3 de mayo de		+622218664	VP AA
Carmen Novales	novalescarmen@gmail.com		17 de mayo de		+62222260775	VP AA
Eduardo Agame	edagame@net.net		20 de mayo de		+62222217690	VP AA
Eloisa Pineda Garcia	pinedageloisa@gmail.com		29 de mayo de		222202179	VP AA
Enrique Muñoz	enriquemuñozm@gmail.com		6 de mayo de	12 de set de	222229887	VP AA
Eugenio Figueroa Toran	figueroaen@hotmail.com		30 de mayo de		222143223	VP AA
Esteban Pardo	estebanp4@gmail.com		25 de mayo de		+6222228414	VP AA
Javier Toranzo	toranzoj1@gmail.com		25 de mayo de		222259211	VP AA
Javier Vitor	jvitor@hotmail.com		28 de mayo de		22212058	VP AA
José Luis Flores			14 de mayo de		+62221841816	VP AA
José Manuel Rubio Silva	rubiojm@gmail.com.mx		12 de mayo de		2221867120	VP AA
Marcial Flores	marcial2014@gmail.com	hoy	28 de mayo de		222287471	VP AA
Marcio Garfalo Gal	marcio_garfalo@yahoo.com.mx		14 de mayo de		222220240	VP AA
Miguel Terceros	miguelm@com.com.mx		11 de mayo de		222126017	VP AA
Roberto Baranco 1	baranco1@gmail.com		20 de mayo de		222246894	VP AA
Bergio Expar	expar_b@yahoo.com		25 de mayo de		228610651	VP AA
Veronica Huidob Marquet	veronica.huidob@gmail.com	La Paz	22 de mayo de		2212662	VP AA
Victor Hugo Amadio	october_1991@hotmail.com		26 de mayo de		222240540	VP AA

VISITAS POR EJECUTAR

[illegible]

RECONOCIMIENTO ORGANICO POR EJECUTAR

[illegible]

3. Revisión Encuestas de Satisfacción

Actividad	Objetivo	Requisitos	Tiempo Tarea	Días-Horario
Revisión de folios y contenido encuestas de satisfacción	Corroborar folios consecutivos y contenido	Encuestas de salida	1 hora	De martes a jueves

Como hacerlo:

1.	Recibir documentos en bandeja de cortes TLU .
2.	Todas las encuestas , deben estar en orden consecutivo y firmadas por Gerente TLU sin tachaduras .
3.	Registro de mesa atendida y dependiente encargado
4.	Supervisión aleatoria de folios capturados
5.	Revisión de contenido relacionado a cumplir con calificaciones de BSC.
6.	Separar malas calificaciones y quejas .
7.	Diseño de Speech a criterio estratégico de Servicio al cliente .
8.	Respuesta a clientes vía correo electrónico con copia a Gerentes TLU y DOP
9.	Seguimiento a Feedback

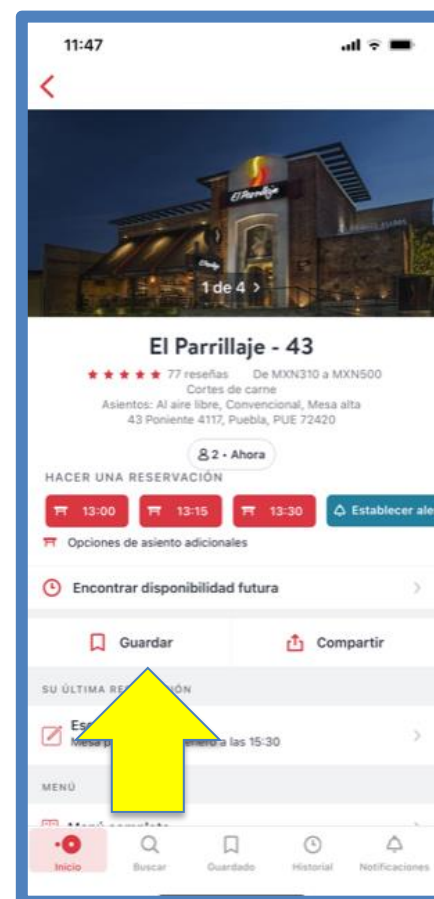
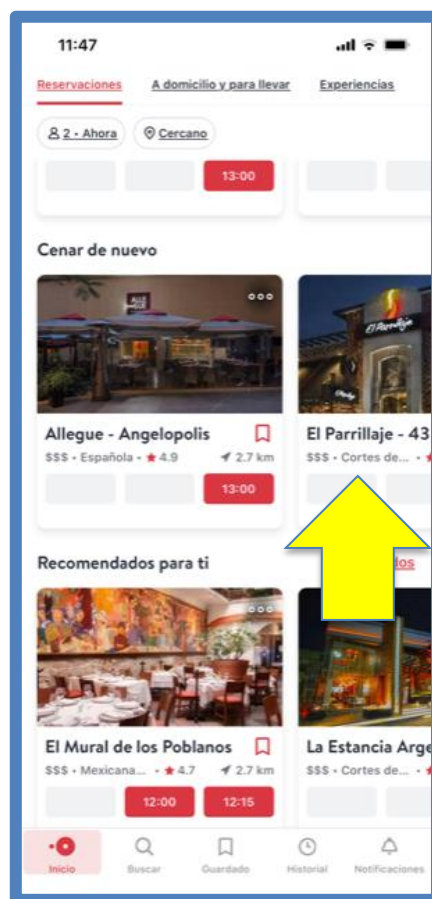
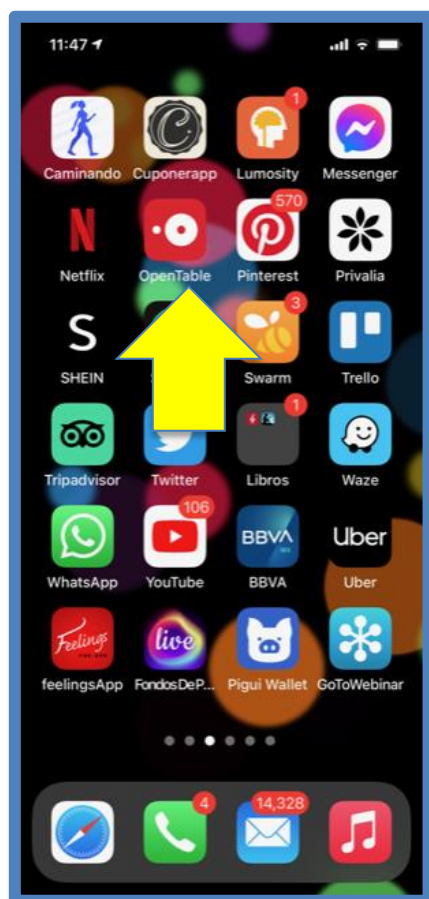
NOTA : Consultar video explicativo

4. Funcionalidad de App Reservaciones

Actividad	Objetivo	Requisitos	Tiempo Tarea	Días-Horario
Comprobar funcionamiento y disponibilidad de App reservaciones	Visibilidad y disponibilidad online para conversión de leads y SEO para desarrollo de branding	Red de datos accesible ; Crear cuenta individual	45 minutos en relación a velocidad de la conexión	De Lunes a Domingo

Como hacerlo:

1.	Descargar en el móvil la App según sistema Operativo (Opentable Guest Center).
2.	Registro de cuenta y acceso a la misma .
3.	Comprobar visibilidad de los Restaurantes activos y Top Ten de los mismos
4.	Llenar formulario del widget para realizar una RSV y después de 5 min cancelar . Repetir los pasos por cada restaurante en horarios pico de ocupación

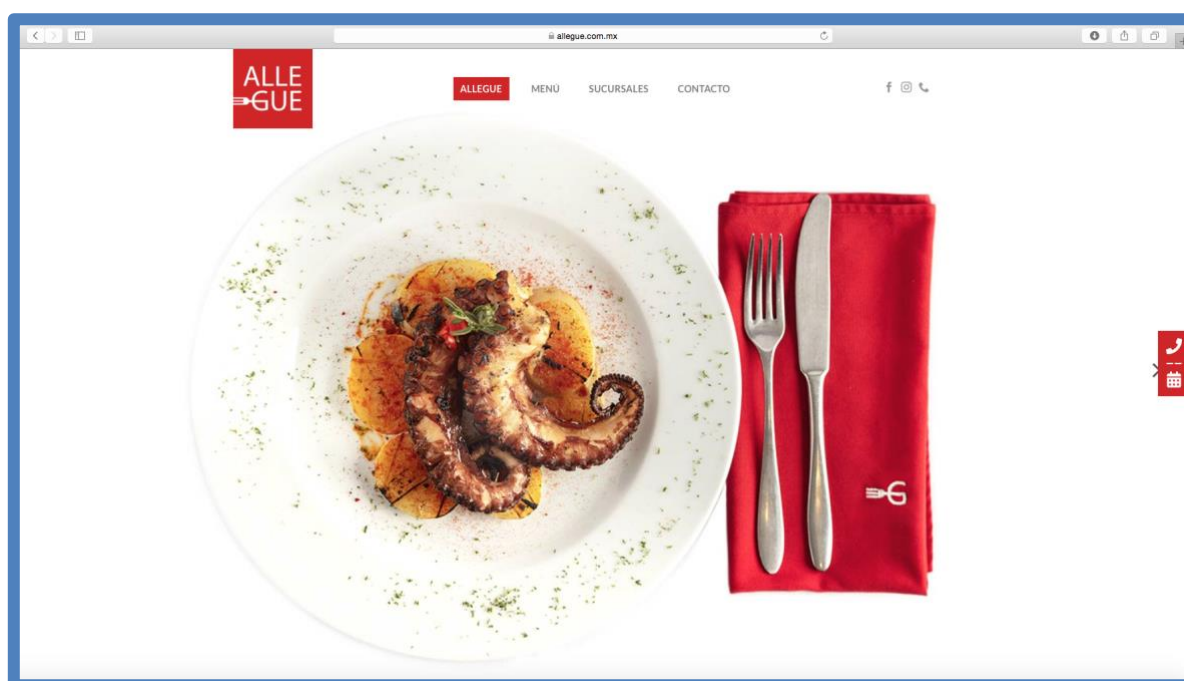


5. Disponibilidad y uso de RSV Sitio WEB

Actividad	Objetivo	Requisitos	Tiempo Tarea	Días-Horario
Verificar uso y funcionamiento óptimo de Sitio Web , botones y reservaciones en formato responsive, de escritorio y funcionalidad con sistemas operativos smarthpone	Garantizar top of mind y conversión de leads	Conexión ágil de datos y actualización de software	45 min	De Lunes a Domingo

Cómo hacerlo:

1.	Ingresar via navegador predeterminado a Sitios Web
2.	Revisar uso de botones y actualización de contenidos
3.	Comprobar velocidad de carga vía GTMETRIX.COM Comprobar Velocidad de carga vía navegador
4.	Enviar evidencia a Dirección General y Dirección Adjunta



Actividades Esenciales Coordinación Mercadotecnia y Relaciones Públicas

Hacer una reservación

Seleccionar un resta... ▾	👤 2 personas ▾	📅 23 abr 2021 ▾	🕒 7:00 PM ▾	Buscar Mesa
---------------------------	----------------	-----------------	-------------	-------------

•  OpenTable



FeaturesPricingResourcesBlog

Log inSign Up

GTmetrix is now powered by Lighthouse

Learn more about our move to Lighthouse.



Everything to know about GTmetrix Reports

Read the guide.



How fast does your website load?

Find out with GTmetrix

See how your site performs, reveal why it's slow and discover optimization opportunities.

Test your site

Analysis Options: Testing in Vancouver, Canada using Chrome (Desktop) with an Unthrottled Connection. [Log in to change options](#)

Latest News

[View Changes](#)

Got an international website audience? Learn all about Content Delivery Networks and how they work in our Basic Gu...
<https://it.co/koqKx5GauB>
April 21, 2021

We walk you through best practices and how to test with mobile on GTmetrix PRO. <https://it.co/KbaU.EpyZ1y...>
<https://it.co/27GwZ5ynNU>
April 16, 2021

Improved performance = improved conversions
[@Yelp](#) saw an 15% increase in their conversions after implementing our optimization recommendations.
<https://it.co/1OhneN8BmG>
April 16, 2021

GTmetrix [Features](#) [Pricing](#) [Resources](#) [Blog](#)

Latest Performance Report for:
<https://allegue.com.mx/sucursales/>

Report generated: Fri, Apr 23, 2021 9:58 AM -0700
Test Server Location: Vancouver, Canada
Using: Chrome (Desktop) 86.0.4240.193, Lighthouse 6.3.0

GTmetrix Grade Performance Structure

Web Vitals Largest Contentful Paint Total Blocking Time Cumulative Layout Shift

Summary Performance Structure Waterfall Video History

Speed Visualization

The Speed Visualization timeline shows the following metrics:

- TTFB: 1.2s
- First Contentful Paint: 1.7s
- Time to Interactive: 2.4s
- Largest Contentful Paint: 2.5s
- Onload Time: 2.9s
- Fully Loaded Time: 3.0s

6. Supervisión Social Media y SEO

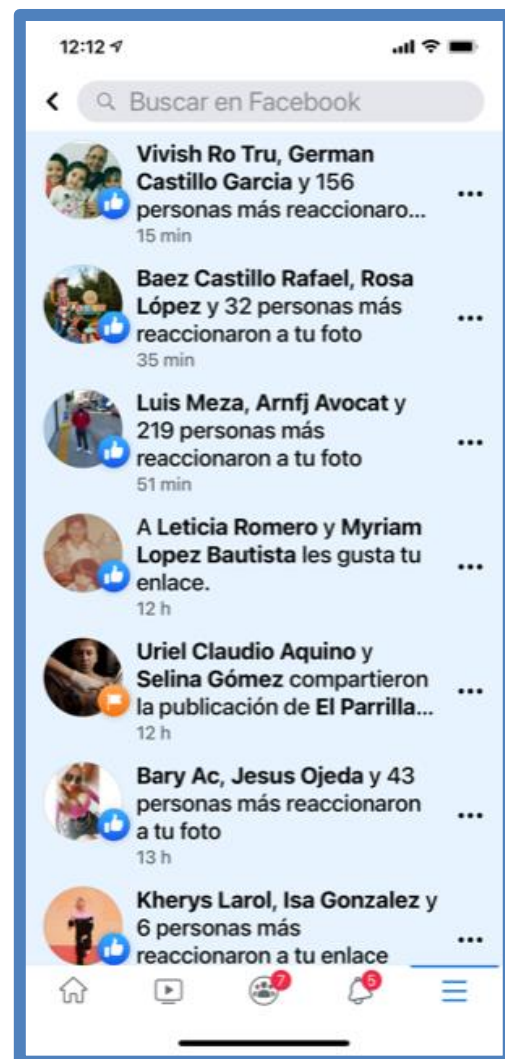
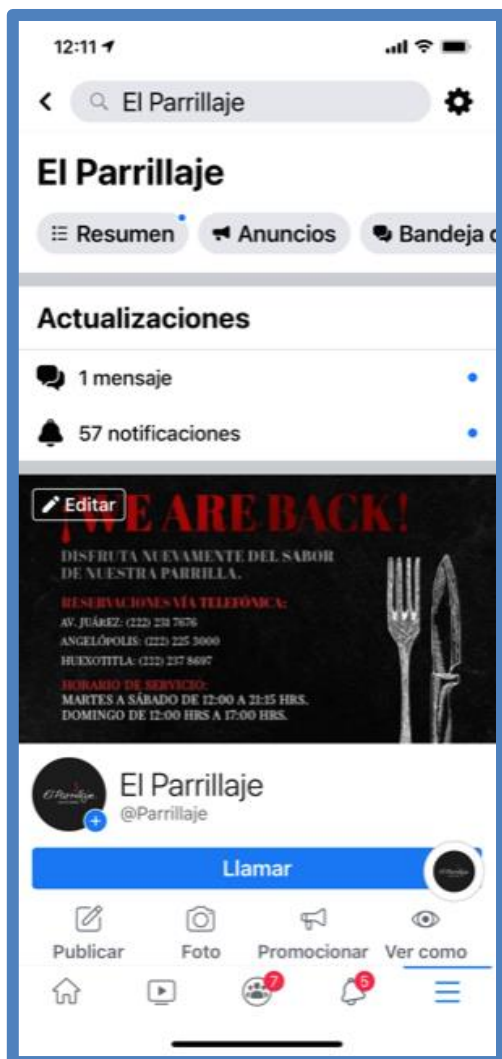
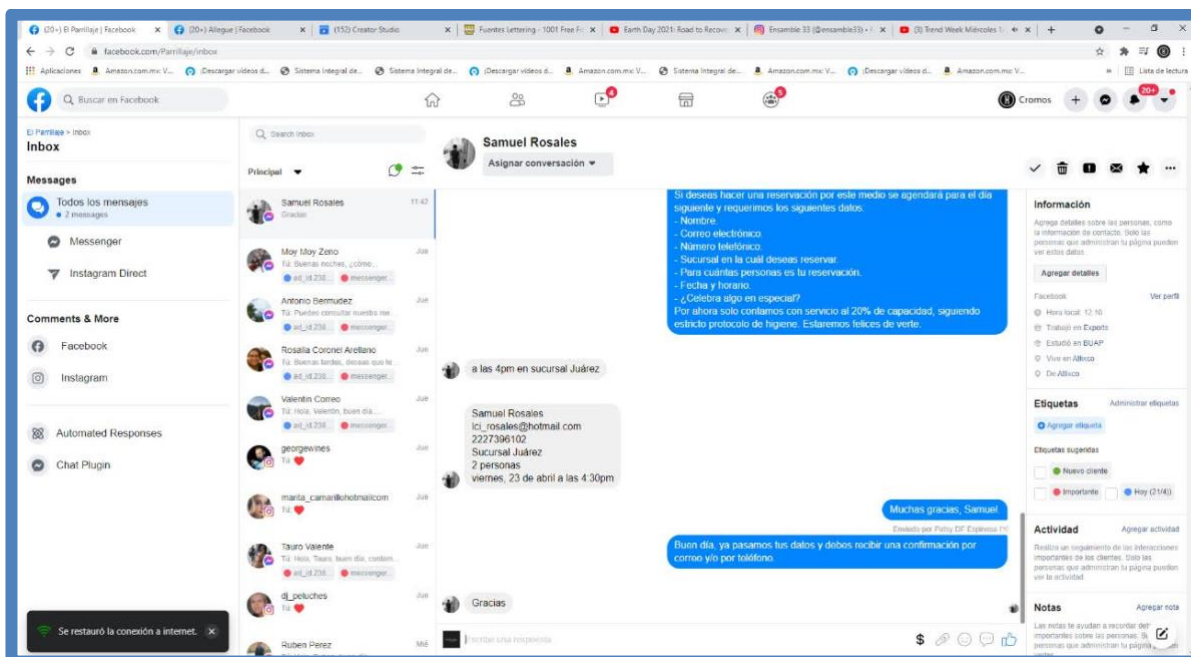
Actividad	Objetivo	Requisitos	Tiempo Tarea	Días-Horario
Supervisar y coordinar estrategia de contenidos Social Media	Desarrollar objetivos SMART establecidos de acuerdo a la identidad verbal de las marcas	Conocer manual de identidad verbal . Conocer operación de Inbound Marketing y aplicación de conceptos Identificar fortalezas y debilidades para Bench Marking	3 horas	Lunes a Domingo

Cómo hacerlo:

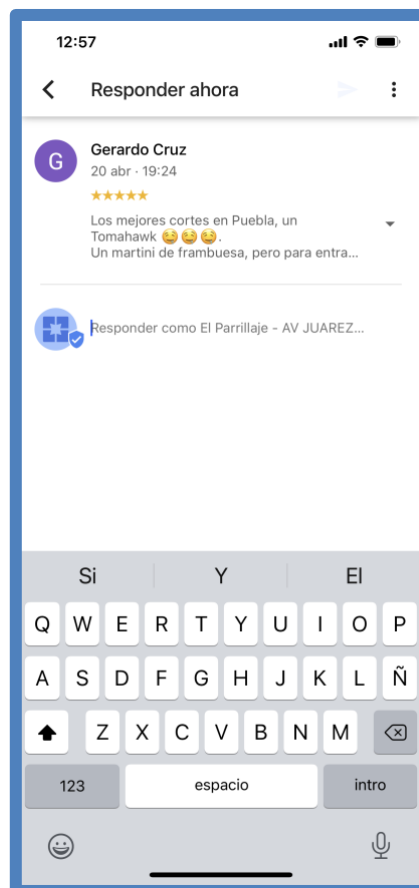
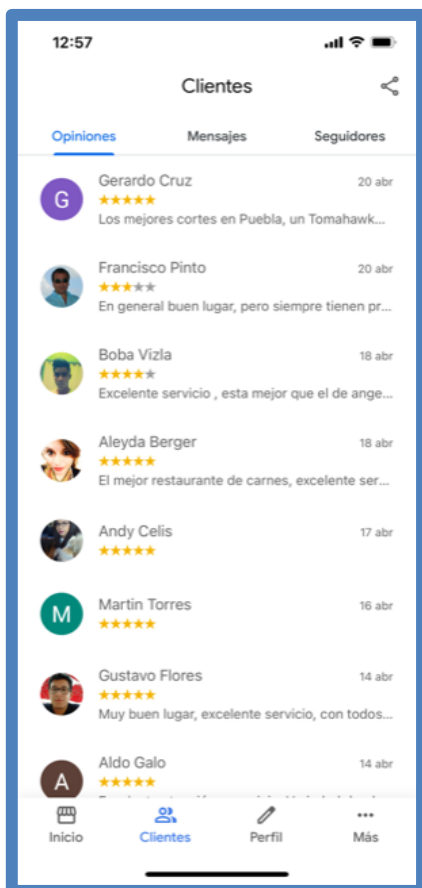
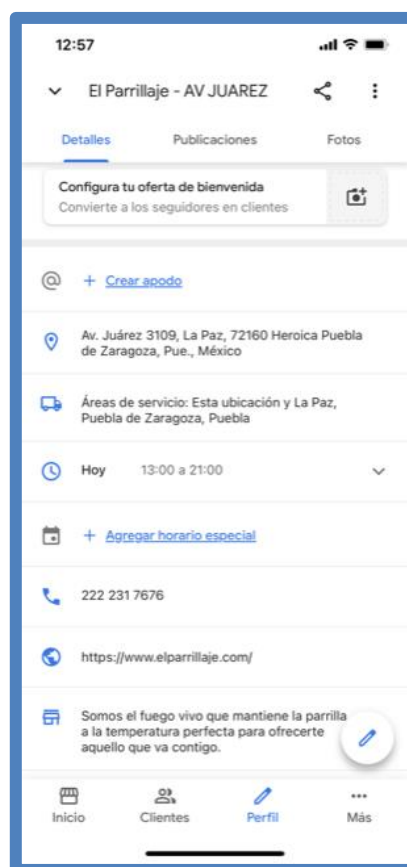
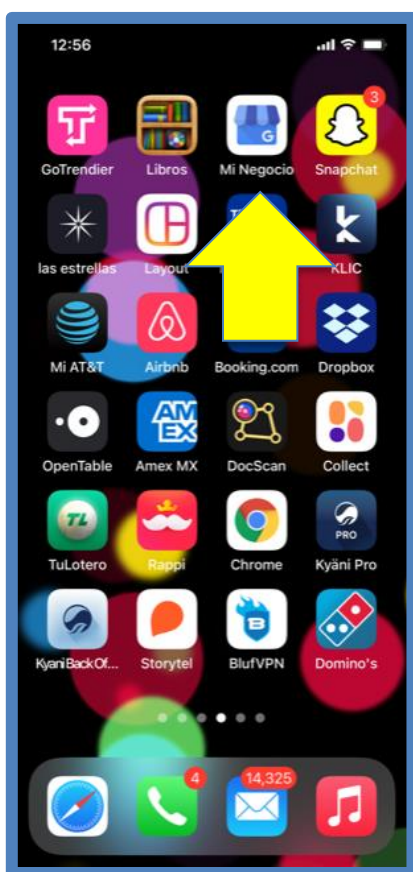
1.	Reunión mensual con Agencia de Medios para resultados , proyección y cronograma de publicaciones . Estadísticas y viabilidad de KPI's
2.	Supervisión diaria de publicaciones y métricas de cada publicación .
3.	Acceso 24 /7 a móvil y APPS determinadas para cuentas empresariales
4.	Contacto 24 / 7 vía WhatsApp con agencia de medios



Actividades Esenciales Coordinación Mercadotecnia y Relaciones Públicas



Actividades Esenciales Coordinación Mercadotecnia y Relaciones Públicas



7. Registros de RSV y Bases de datos Guest Center

Actividad	Objetivo	Requisitos	Tiempo Tarea	Días-Horario
Corroborar la efectiva y correcta captura de registros , etiquetas de comensal y perfil psicográfico	Desarrollar la creación de leads y Leads calificados para conversión de ROI	-conocimiento de sistema Guest center -conocimiento de Inbound Mkt	3 horas	De Lunes – miércoles- viernes

Como hacerlo:

1.	Acceder a sitio Guest Center .
2.	Menú Recepción /ficha cliente /buscar por nombre o apellido / entrar y corregir ficha
3.	Análisis Psicográfico de perfiles / Construcción de Buyer Persona
4.	Confirmar datos y ortografía correcta

Actividades Esenciales Coordinación Mercadotecnia y Relaciones Públicas

El Parrillaje - Juarez

OpenTable

Mara Camarillo

viernes, 23 de abril

Comida

Buscar por nombre o número de teléfono

Reservas por hora de reserva

6 13:30 Jose Luis Jimenez 62

2 14:30 Guadalupe Cruz 15

2 15:00 Fernando Cuervo 50

2 15:00 Gloria Dominguez 23

2 15:00 Luis Manuel Saavedra 30

Lista de espera de reservas

Jose Luis Jimenez

13:30 6 2h 30m Confirmado

La asignación recomendada es la mesa 62

Mesa 62

ETIQUETAS

Terraza Añadir etiquetas

NOTAS DE VISITA

NOTAS DEL LIBRO DE VISITAS

Notas generales

Relaciones especiales

Preferencias de mesa

Preferencias de comida y bebida

El Parrillaje - Juarez

OpenTable

Mara Camarillo

viernes, 23 de abril

Comida

Buscar por nombre o número de teléfono

Reservas por hora de reserva

6 13:30 Jose Luis Jimenez 62

2 14:30 Guadalupe Cruz 15

2 15:00 Fernando Cuervo 50

2 15:00 Gloria Dominguez 23

2 15:00 Luis Manuel Saavedra 30

Lista de espera de reservas

Jose Luis Jimenez

INFORMACIÓN DE CONTACTO

NÚMERO DE TELÉFONO... 044 222 558 7833

Correo electrónico politica.educativa.abcd@gmail.com

Empresa Añade una compañía

Acepta recibir marketing ☐ No

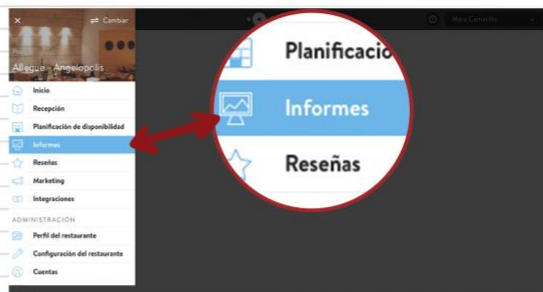
FECHAS DESTACADAS

Cumpleaños Mes Dia

Aniversario Mes Dia

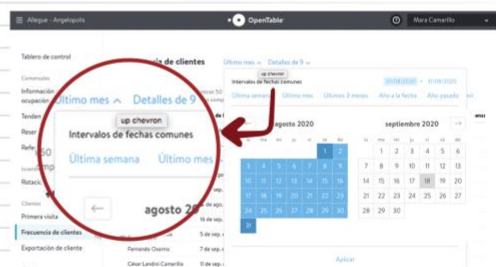
Instructivo Guest Center

1 Abre el menú y da click en el apartado de **INFORMES**

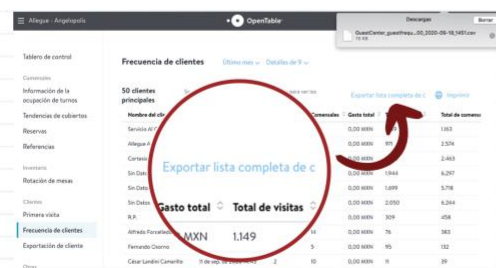


2 Dirígete a la pestaña **FRECUENCIA DE CLIENTES**

3 Selecciona el intervalo de tiempo



4 Da click en **EXPORTAR LISTA COMPLETA**, se descargarán los datos en un archivo Excel



Grupo **Allegue**

8. Supervisión de Comunicación audiovisual

Actividad	Objetivo	Requisitos	Tiempo Tarea	Días-Horario
Verificar audios llamada en espera , contestadora telefónica	Posicionar platillos del menú y reservaciones	Líneas accesibles	10 min	De Lunes a Viernes

Como hacerlo:

1.	Comunicarse vía telefónica TLU
2.	Comprobar señal, fidelidad del sonido y mensajes completos y temporalidad
3.	Si existe falla reportar a Gerente de Unidad o capitán a cargo

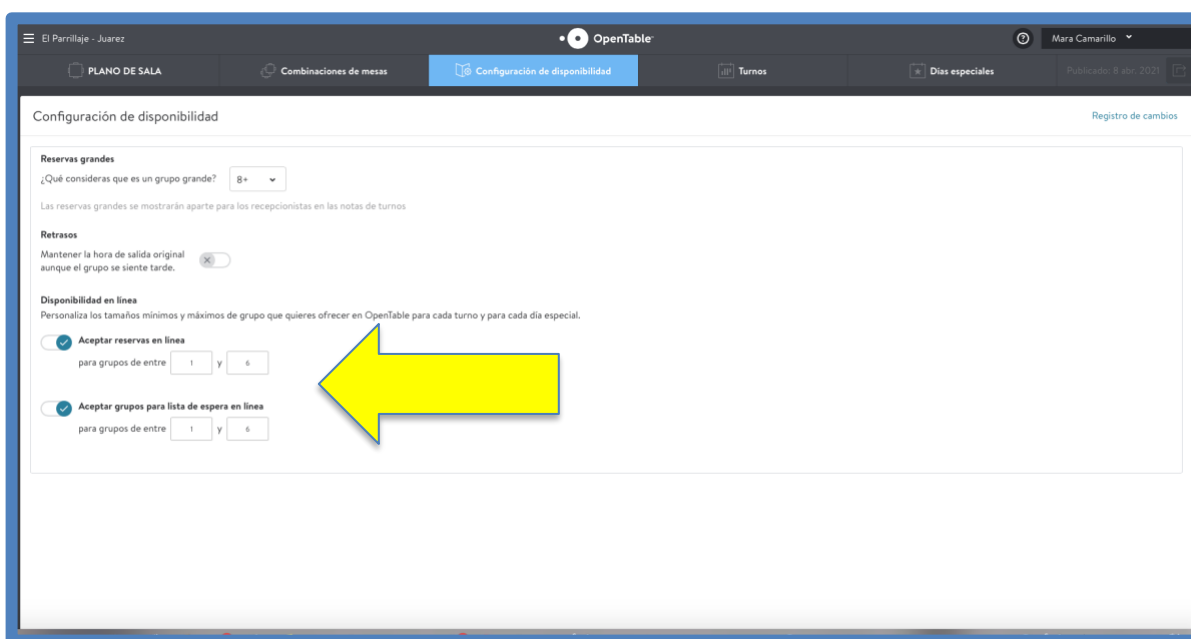
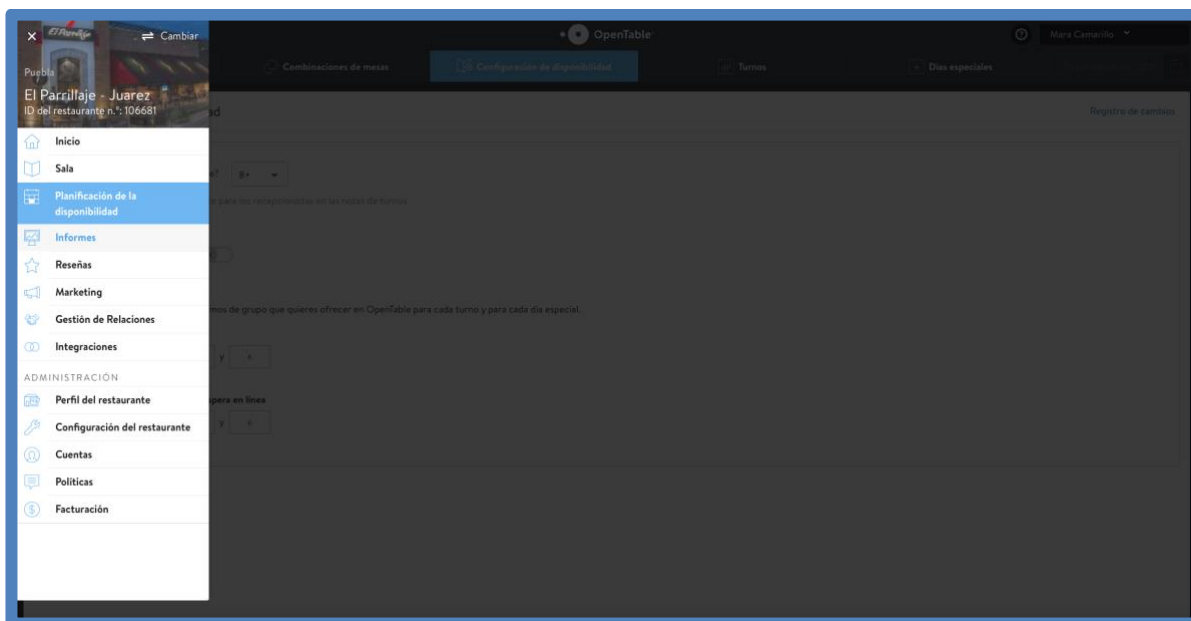
9. Supervisión de Configuración de disponibilidad RSV

Actividad	Objetivo	Requisitos	Tiempo Tarea	Días-Horario
Supervisar que este activado el botón de rsv en línea - Verificar que las mesas de piso se encuentren disponible y el sistema en línea	Comprobar la visibilidad en línea de las marcas para desarrollar posicionamiento SEO	Software Guest Center Conexión Wi-fi	1 hora	De Lunes a Viernes

Como hacerlo:

1.	Ingresar a sitio web Guest Center
2.	Acceder a TLU y buscar Menú / configuración de disponibilidad
3.	Corroborar que los botones estén encendidos y las mesas desbloqueadas en mapa

Actividades Esenciales Coordinación Mercadotecnia y Relaciones Públicas



10. Diseño de cronograma de Mkt anual – Content Marketing

Actividad	Objetivo	Requisitos	Tiempo Tarea	Días-Horario
Desarrollar calendario y actividades anuales así como temporalidad de estrategias	Establecer programación de estrategias de acuerdo al presupuesto anual	Información de temporadas Planeación de promociones Conocimientos de RRPP	2 horas	15 días al año actualizar cada semana

Como hacerlo:

1.	Conocer las promociones a desarrollar
2.	Establecer fechas especiales exitosas de la marca
3.	Herramienta o software para diseño de tabla

	OBJETIVO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1	CALENDARIO EVENTOS DEPORTIVOS	X	MARA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2	Herramientas: Insight												
3	CURSO INTRODUCCION VINOS	X	MARA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
4	Herramientas: Insight												
5	PROMOCIONAR FECHAS ESPECIALES DE CELEBRACION PARA POSICIONAMIENTO MASIVO DE MARCA EN E-MAILING Y SOCIAL MEDIA	X	MARA	X									
6	Herramientas: Insight												
7	PROMOCIONAR FECHAS ESPECIALES DE CELEBRACION PARA POSICIONAMIENTO MASIVO DE MARCA EN E-MAILING Y SOCIAL MEDIA	X	MARA	X									
8	Herramientas: Insight												
9	PROMOCIONAR PLATILLOS DE TEMPORADA, SUGERENCIAS Y NUEVOS PLATILLOS QUE MEJOREN EL MARGEN DE UTILIDAD DE LA VENTA	X	MARA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
10	Herramientas: Insight												
11	ESPECIALES DEL MES VINOS	X	MARA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
12	Herramientas: Insight												
13	PROMOCIONAR PLATILLOS DE TEMPORADA, SUGERENCIAS Y NUEVOS PLATILLOS QUE MEJOREN EL MARGEN DE UTILIDAD DE LA VENTA	X	MARA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
14	Herramientas: Insight												
15	PROMOCIONAR FECHAS ESPECIALES DE CELEBRACION PARA POSICIONAMIENTO MASIVO DE MARCA EN E-MAILING Y SOCIAL MEDIA	X	MARA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
16	Herramientas: Insight												
17	PROMOCIONAR FECHAS ESPECIALES DE CELEBRACION PARA POSICIONAMIENTO MASIVO DE MARCA EN E-MAILING Y SOCIAL MEDIA	X	MARA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
18	Herramientas: Insight												
19	PROMOCIONAR LA FECHA DE ANIVERSARIO DE CREACION DE LA MARCA	X	GTE U										
20	Herramientas: Insight												
21	PROMOCION DE VINO DEL MES, ASOCIANDO ESTRATEGIA DE MARCA PARA INCREMENTAR LA VENTA DE VINO	X	MARA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
22	Herramientas: Insight												
23	ESTABLECER ACUERDOS Y ESTRATEGIAS COMERCIALES PARA LA MARCA Y RESPONSABILIDAD												

11. Convenios de colaboración y RRPP con marcas de servicio

Actividad	Objetivo	Requisitos	Tiempo Tarea	Días-Horario
Desarrollar estrategias de negociación para acuerdos de colaboración entre marcas relacionadas con los valores institucionales	Obtener beneficios en producto y servicio que incrementen el top of mind de la marca.	Conocimiento de estrategias de negociación Conocimiento de estadísticas y posicionamiento de marcas	10 horas	Mensual

Como hacerlo:

1.	Diseño de políticas institucionales Grupo Allegue
2.	Negociar propuestas y firma de convenios
3.	Seguimiento a convenios de colaboración