

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE CIENCIAS Y SISTEMAS
SISTEMAS ORGANIZACIONALES Y GERENCIALES 1
MsC Ing. Estuardo Zapeta
Aux. Jaime Belloso



Práctica #2

Guatemala agosto de 2023

Introducción

En el contexto actual de acelerada transformación digital, la empresa "ChapinSoft" se enfrenta al desafío de adaptarse al entorno digital para no quedarse rezagada ante la competencia. Con 20 años de experiencia en el mercado, la empresa ha dependido en gran medida de estrategias tradicionales para adquirir clientes. Sin embargo, el panorama ha evolucionado, y es vital que "ChapinSoft" implemente una estrategia efectiva de entrada al mercado digital para capturar la atención y fidelizar a sus clientes en un entorno cada vez más conectado.

Objetivos

General

- Poner en práctica los conocimientos de Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) para impulsar la transformación digital de "ChapinSoft" y lograr la adquisición de clientes de manera efectiva y sostenible en el ámbito digital.

Específicos

- Incrementar la visibilidad de "Soluciones X" en el entorno digital para atraer a potenciales clientes.
- Implementar los fundamentos de planeación de manera efectiva en el proceso de toma de decisiones de la empresa.
- Comprender la importancia de diseñar y ejecutar estrategias adecuadas tras la aplicación de las TICs en una organización.

Contexto:

La empresa "ChapinSoft" se enfrenta a la amenaza de perder participación en el mercado frente a competidores que han adoptado estrategias digitales exitosas. La pandemia aceleró este cambio en el comportamiento del consumidor y la adopción de tecnologías digitales. Si "ChapinSoft" no se adapta rápidamente, podría perder oportunidades y ceder terreno a sus competidores en el mercado de servicios de desarrollo web, aplicaciones móviles y gestión de ERP.

Desafío:

Como experto en transformación digital y TICs, se te encomienda desarrollar una estrategia integral para que "ChapinSoft" entre de manera efectiva al mercado digital y adquiera clientes de manera exitosa en línea con sus servicios.

Elementos de la Estrategia:

- **Plan Estratégico:** El plan estratégico constituye la base de toda la transformación digital. Debería definir claramente los objetivos de "ChapinSoft" en el ámbito digital, identificar los recursos necesarios (financieros, humanos y tecnológicos) y establecer un cronograma de implementación. Además, se debe considerar la alineación de la estrategia digital con los valores y la visión de la empresa.
- **Plan Operativo:** El plan operativo se centra en la ejecución práctica de la estrategia. Aquí se detallan los procesos y procedimientos para implementar los objetivos del plan estratégico. Esto puede incluir la asignación de roles y responsabilidades, la definición de flujos de trabajo y la coordinación interdepartamental para garantizar una implementación fluida y coherente.
- **Plan Direccional:** El plan direccional establece una estructura jerárquica de objetivos que guían la implementación. Comienza con metas generales y las desglosa en objetivos más específicos y medibles. Este enfoque ayuda a mantener el enfoque y la dirección durante la transformación digital, ya que cada objetivo contribuye a la meta general.
- **Plan de un Solo Uso:** Estos planes se diseñan para abordar desafíos específicos a lo largo de la implementación. Por ejemplo, puede haber un plan para mejorar la tasa de conversión en la página de cotizaciones. Estos planes deben ser concretos, medibles y limitados en alcance, lo que permite una resolución eficiente de problemas.

- **Plan Permanente:** El plan permanente establece la visión a largo plazo para la empresa en el ámbito digital. Esto implica un compromiso continuo con la innovación y la mejora constante de las estrategias digitales. El plan permanente garantiza que la empresa se mantenga relevante y competitiva en un entorno digital en constante cambio.
- **Segmentación:** Identificar y segmentar a los clientes potenciales en grupos con características y necesidades similares. Esto permite adaptar la estrategia de marketing y comunicación para atender a cada segmento de manera más efectiva, aumentando la personalización y la relevancia de las interacciones.
- **Customer Journey:** Diseñar el viaje del cliente desde su primera interacción con la marca hasta la conversión final. Identificar los puntos de contacto clave y las etapas del proceso de toma de decisiones ayuda a optimizar la experiencia del cliente y a maximizar las oportunidades de conversión.
- **Avatar:** Crear avatares, que son representaciones ficticias de los clientes ideales, permite personalizar la estrategia y adaptar el contenido y las tácticas de marketing para satisfacer sus necesidades y preferencias específicas. Los avatares ayudan a mantener el enfoque en el cliente y a mejorar la efectividad de la estrategia.
- **Indicadores de Desempeño:** Utilizar metodologías como SMART (Específico, Medible, Alcanzable, Relevante, Temporal), KPI (Indicadores Clave de Desempeño) y OKR (Objetivos y Resultados Clave) para medir el progreso y evaluar el éxito de la estrategia. Estos indicadores proporcionan una manera objetiva de evaluar el desempeño y ajustar la estrategia según sea necesario.
- **Ecosistema TIC:** Mapear todas las herramientas tecnológicas necesarias para implementar la estrategia digital, desde plataformas de gestión de redes sociales hasta sistemas de seguimiento de conversiones. Esto garantiza que la empresa cuente con las capacidades tecnológicas adecuadas para respaldar la estrategia.
- **Arquitectura de Información:** Definir la estructura de la página web de "ChapinSoft" mediante la organización de las secciones, páginas y menús. Esto optimiza la navegación del usuario y facilita el acceso a la información relevante.
- **Landing Page:** Crear una página de destino atractiva y persuasiva que ofrezca uno de los servicios de "ChapinSoft". La página debe tener una llamada a la acción clara y convincente, como la solicitud de cotización, que conduzca al visitante hacia la conversión. (WIX, Google Pages, etc.)

- **Mapeo en Funnelytics.io:** Utilizar la herramienta Funnelytics.io para visualizar y mapear la experiencia del cliente en el sitio web. Esto permite identificar posibles puntos problemáticos en el proceso de conversión y optimizar la experiencia del usuario para aumentar las tasas de conversión.

Observaciones:

- FECHA DE ENTREGA: lunes 28 de agosto, en la plataforma del curso (UEDI).
- Los entregables deben ser enviados en un archivo comprimido de la forma: [G1]Practica2_#Pareja.zip.
- Dudas o comentarios respecto a la práctica en los foros habilitados semanalmente en UEDI.
- Se recomienda añadir un documento donde se pueda expresar de mejormanera cada uno de los entregables.

Entregables:

- Informe Ejecutivo: documento en formato PDF, en el cual se desarrollen de forma amplia y clara los puntos de la práctica.
- Mapa de ecosistema de TIC para la empresa realizado con Funnelytics.io, en formato PNG.
- Estrategia de arquitectura de información especificada.
- Enlace web para la venta de uno de los servicios de la empresa.