



CHAPINSOFT



Resumen Ejecutivo



Tabla de Contenidos

Tabla de Contenidos.....	2
3. Introducción.....	3
4. Objetivos del Informe.....	4
5. Presentación de la Empresa.....	5
6. Desarrollo.....	6
Objetivos establecidos y reales del proyecto.....	6
7. Definición de planes.....	6
Plan Estratégico.....	6
Plan Estratégico de Transformación Digital “ChapinSoft”.....	6
Cronograma de Implementación.....	8
Alineación con Valores y Misión.....	9
Evaluación y Mejora Continua.....	10
Plan Operativo.....	10
Plan Direccional.....	12
Plan de un Solo Uso.....	13
Plan permanente.....	15
Segmentación.....	17
Customer Journey.....	20
Avatares.....	21
Indicadores de desempeño.....	24
Ecosistema TIC.....	25
Arquitectura de información.....	26
Landing Page.....	27
Mapeo UX.....	28
Observaciones.....	29
Conclusiones.....	29
Bibliografía.....	29

3. Introducción

El presente informe presenta una estrategia efectiva de entrada al mercado digital para tener la atención de los clientes.

La estrategia tiene como base La presencia solida de canales sociales de los cuales ayuda a interactuar con los clientes y generar leads. “ChapinSoft” debe implementar una estrategia de marketing relevante para el público objetivo. El contenido es esencial para atraer y retener a los clientes en el mercado digital, la empresa debe poner en practica estrategias de contenido que sea informativa y atractiva,

La estrategia esta dirigida a los clientes potenciales adecuados. Para ello, se segmenta el mercado en grupos con características y necesidades similares. Nuestra estrategia optimiza la experiencia del cliente desde su primera interacción con la marca hasta la conversión final. Esto implica identificar los puntos de contacto clave y las etapas del proceso de toma de decisiones.

Se evalua de manera regular para garantizar su eficacia. Para ello, se utilizan indicadores de rendimiento clave y tener claro los puntos de contacto clave y las etapas del proceso de toma de decisiones.

4. Objetivos del Informe

General

- Presentar una estrategia de entrada al mercado digital involucrando temas de desarrollo e innovación de tecnología para la empresa “ChapinSoft”, informando resultados y argumentando nuestra acción.

Especifico

- Identificar las oportunidades y desafíos del mercado digital para la empresa ChapinSoft
- Desarrollar una estrategia innovadora de marketing digital que permita a la empresa alcanzar el éxito en el ofrecimiento de sus servicios de desarrollo de software.
- Evaluar la viabilidad financiera como presupuestos, gastos operativos, estratégicos de la estrategia propuesta

5. Presentación de la Empresa

Historia

Con dos décadas de trayectoria en un mundo en constante transformación digital, “Chapinsoft” se encuentra ante el desafío crucial de adaptarse y prosperar en este nuevo entorno. Con su firme experiencia de 20 años en el mercado, la empresa ha confiado en estrategias tradicionales para adquirir clientes y forjar su identidad. Sin embargo, en un paisaje en constante cambio, es esencial que “ChapinSoft” abrace una estrategia de entrada al mercado digital, no solo para mantenerse a la par de la competencia, sino para cautivar y construir relaciones duraderas en esta era interconectada.

Objetivos

• General

Consolidar su posición como líderes tecnológicos mediante una transformación digital efectiva, que les permita ofrecer soluciones vanguardistas y fortaleciendo la competitividad en un mercado interconectado y en constante evolución.

• Específicos

- Desarrollar un sitio web completamente renovado y altamente funcional en los próximos 3 meses
- Aumentar la presencia en las redes sociales y lograr un incremento de cotizaciones y clientes potenciales.
- Incrementar la cantidad de desarrollo de proyectos web, aplicaciones móviles y gestores ERP.

Alcances

- Utilizando las redes sociales ChapinSoft puede convertirse en un referente de conocimiento y ser más relevante dentro de la comunidad digital
-

Productos que ofrece

- ChapinSoft está enfocada a promocionar sus siguientes servicios
 - Desarrollo web
 - Aplicaciones móviles
 - Gestión de ERP

5.1 Conceptos Importantes

5.1.1 Dirección Actual de la Empresa

ChapinSoft se encuentra en una posición que le permite dar servicios tecnológicos a nuevos clientes, sin embargo, con el aumento de la comunidad digital y surgimiento de nuevas empresas, ChapinSoft está en busca de una solución tecnológica que le permita impulsar sus servicios y obtener nuevos clientes potenciales.

5.1.2 Dirección de la Campania

ChapinSoft se dirige hacia un horizonte digital centrado en la innovación y la conexión. Con sus 20 años de experiencia buscan guiar a los clientes a través de una transformación digital significativa usando redes sociales, herramientas para promocionar servicios.

5.2 Descripción del problema

Chapinsoft se encuentra en riesgo de ceder su posición en el mercado ante rivales que han implementado estrategias digitales con éxito. La rápida aceleración de esta transformación, impulsada por la pandemia y el cambio en el comportamiento del consumidor hacia tecnologías digitales, ha creado una coyuntura desafiante. De no responder con agilidad, Chapinsoft se expone a perder valiosas oportunidades y su posición en el mercado de servicios de desarrollo web, aplicaciones móviles y gestión de ERP.

6. Desarrollo

Objetivos establecidos y reales del proyecto

- "ChapinSoft" se esforzará por brindar una experiencia altamente personalizada a los clientes. Esto significa entender sus necesidades individuales y ofrecer soluciones adaptadas que generen satisfacción y fidelidad a largo plazo.
- Uno de los objetivos clave es establecer relaciones sólidas y duraderas con los clientes. La estrategia busca no solo adquirir nuevos clientes, sino también retenerlos a través de la calidad del servicio, la atención al cliente y la entrega constante de valor.
- "ChapinSoft" se compromete a mantenerse a la vanguardia de las tendencias y tecnologías digitales. El objetivo es seguir innovando en soluciones y servicios para ofrecer a los clientes lo último en tecnología y maximizar su competitividad.
- Cada objetivo se acompaña de métricas claras y tangibles para evaluar el progreso y el éxito. La estrategia se basa en la continua medición de resultados y en la mejora constante en función de los datos y el feedback obtenidos.

7. Definición de planes

Plan Estratégico

• Objetivos Digitales

- ❖ Objetivo de Mercado Digital: Aumentar la participación en el mercado digital en un 15% en el próximo año mediante la adquisición de nuevos clientes en línea y la expansión de servicios digitales.
- ❖ Objetivo de Experiencia del Cliente: Mejorar la satisfacción del cliente digital en un 20% implementando soluciones de servicio al cliente en línea y personalización de la experiencia.
- ❖ Objetivo de Innovación de Productos: Lanzar al menos dos nuevos productos o servicios digitales en el próximo año que aborden las necesidades cambiantes de los clientes y demuestren la innovación tecnológica de la empresa.

- **Recursos y Equipo**

Presupuesto:

Necesitamos asignar un presupuesto de Q.250,200 para cubrir inversiones en tecnología, capacitación y marketing digital correspondientes a un año.

Precio en Quetzales (GTQ)

Categoría	Descripción	Precio Unitario	Cantidad	Subtotal
Tecnología	Desarrollo de nuevo sitio web	10000	1	1000
	Plataforma de comercio electrónico	5000	1	5000
	Desarrollo de implementación de aplicaciones móviles	15000	1	15000
	Herramienta de análisis de datos	500/mes	12 meses	6000
Recursos Humanos	Contratación de un especialista en marketing Digital	60000/año	1	60000
	Equipo de desarrollo programadores, diseñadores, Testers, DBA's, QA's, QC's	100,000/año	1	100000
	Capacitaciones y formación en transformación digital	2000	10	20000
Marketing Digital	Campañas de publicidad en línea, contratos a extranjeros capacitados.	2500	12	30000
	Contenido y estrategia de redes sociales	1000	12	12000
Infraestructura	Mejoras en la infraestructura tecnológica y mantenimiento de la red y recursos de informática.	puede ser variable		
	Actualizaciones de Hardware y software	puede ser variable		
Gastos de operaciones	Mantenimiento y alojamiento del sitio web.	100 aprx en AWS	12	1200

	Otros gastos operativos como asistentes temporales o mantenimiento de Servers temporales	puede variar		
TOTAL				250,200

Con ello se tiene a un equipo multidisciplinario que incluye expertos en tecnología, marketing digital, diseño de experiencia de usuario (UX/UI) y gestión de proyectos.

Cronograma de Implementación

se describen las fases a utilizar:

- **Fase 1 (Primer Trimestre): Análisis y Evaluación**

Realizar un análisis exhaustivo del mercado y los competidores digitales. Evaluar las capacidades tecnológicas actuales de la empresa y las brechas que deben llenarse.

- **Fase 2 (Segundo Trimestre): Desarrollo de Infraestructura Digital**

Diseñar y lanzar el sitio web actualizado con una experiencia de usuario atractiva y fácil navegación. Implementar soluciones de comercio electrónico para permitir la compra en línea de servicios.

- **Fase 3 (Tercer Trimestre): Marketing y Promoción Digital**

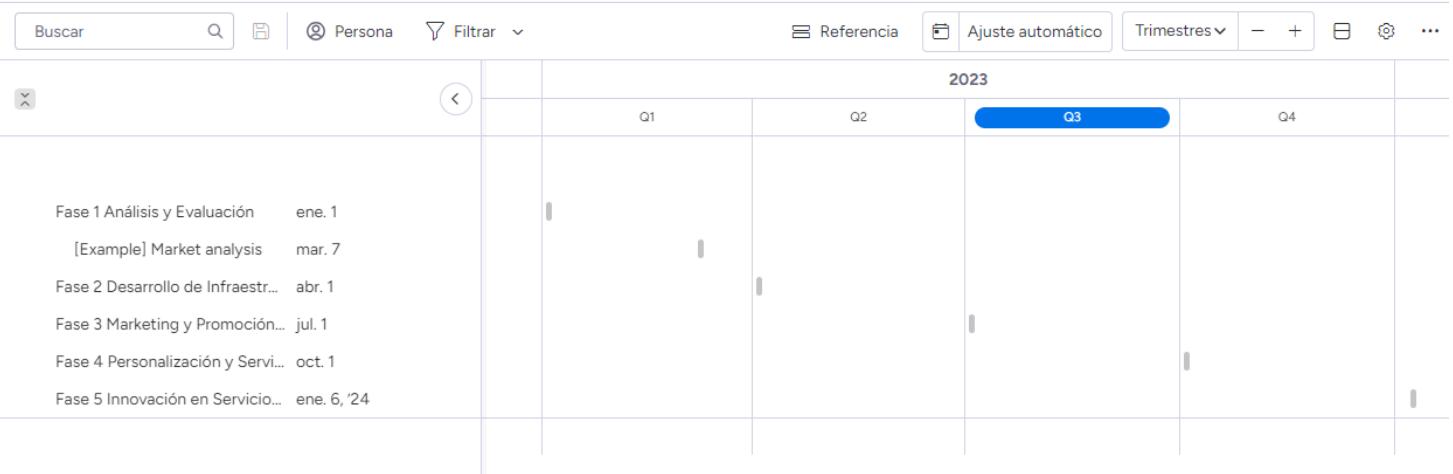
Crear contenido de calidad y promocionarlo a través de blogs, redes sociales y campañas de correo electrónico. Ejecutar campañas publicitarias en línea para llegar a públicos específicos.

- **Fase 4 (Cuarto Trimestre): Personalización y Servicio al Cliente**

Implementar sistemas de chat en vivo y asistencia por correo electrónico para una interacción en línea efectiva. Personalizar la experiencia del cliente utilizando datos y análisis.

- **Fase 5 (Quinto Trimestre): Innovación en Servicios y Análisis Continuo**

Gantt



Desarrollar aplicaciones móviles para mejorar la experiencia del cliente y proporcionar soluciones convenientes.

Recopilar y analizar datos de comportamiento del usuario para optimizar la estrategia.

Cronograma de Implementación G1

Actividad

Gestiona cualquier tipo de proyecto. Asigna responsables, establece plazos y haz el seguimiento...

[Ver más](#)

[Tabla principal](#) | [Cronograma](#) | +

[Integrar](#)

[A](#)

[Agregar Tarea](#) | [Buscar](#) [Persona](#) [Filtrar](#) [Ordenar](#) [Ocultar](#) ...

Esta semana

	Tarea	Responsable	Fecha	Prioridad	Notas
<input type="checkbox"/>	> Fase 1 Análisis y Evaluación 2		ene. 1	Baja	[Ejemplo] Elemento...
<input type="checkbox"/>	Fase 2 Desarrollo de Infraestructura Digital		abr. 1	Alta	
<input type="checkbox"/>	Fase 3 Marketing y Promoción Digital		jul. 1	Critica ▲	
<input type="checkbox"/>	Fase 4 Personalización y Servicio al Cliente		oct. 1	Baja	
<input type="checkbox"/>	Fase 5 Innovación en Servicios y Análisis Continuo		ene. 6, 2024	Alta	
<input type="checkbox"/>	+ Agregar Tarea				

ene. 1, '23 - ene...



Alineación con Valores y Misión

Garantizar que cada paso de la transformación digital este en línea con los valores y la visión de “ChapinSoft”

Fomentar una cultura que sea de innovación y adaptabilidad en todos los niveles de la empresa.

Evaluación y Mejora Continua

- ★ Realizar respectivas revisiones trimestrales, tal cual se ve en las Fases del Cronograma, para evaluar el progreso y ajustar la estrategia según sea necesario.
- ★ Fomentar la retroalimentación de los empleados y los clientes para identificar áreas de mejora.

Equipo de Transformación Digital:

Formar un equipo multidisciplinario que incluya líderes de tecnología, expertos en marketing digital, diseñadores de UX/UI y gerentes de proyecto.

Plan Operativo Transformación Digital - Ejemplo Genérico

Objetivo General:

Implementar la estrategia de transformación digital para "ChapinSoft", mejorando la presencia en línea, adquiriendo clientes en línea y optimizando los procesos internos.

Definición de Roles y Responsabilidades

- **Líder de Transformación Digital:** Supervisar y coordinar todas las iniciativas de transformación digital, asegurando su alineación con los objetivos estratégicos.
- **Equipo de Desarrollo:** Encargado de desarrollar el nuevo sitio web, aplicaciones móviles y plataforma de comercio electrónico.
- **Equipo de Marketing Digital:** Crear y ejecutar campañas publicitarias en línea, gestionar contenidos y promociones en redes sociales.
- **Equipo de Atención al Cliente en Línea:** Responsable de la interacción en línea y proporcionar asistencia rápida a los clientes.
- **Equipo de Procesos Internos:** Encargado de implementar soluciones ERP y mejorar la eficiencia interna.

Procesos y Flujos de Trabajo

Desarrollo de Sitio Web y Aplicaciones:

Equipo de Desarrollo: Diseñar y desarrollar el nuevo sitio web y aplicaciones móviles según las especificaciones establecidas.

Equipo de Marketing Digital: Proporcionar contenido y asegurarse de que el sitio sea atractivo y optimizado para SEO.

Marketing Digital y Campañas Publicitarias:

Equipo de Marketing Digital: Crear y ejecutar campañas publicitarias en línea en plataformas específicas. Monitorear resultados y ajustar estrategias según sea necesario.

Interacción en Línea y Atención al Cliente:

Equipo de Atención al Cliente en Línea: Responder rápidamente a las consultas de los clientes a través de chat en vivo y correo electrónico.

Implementación de Soluciones Internas:

Equipo de Procesos Internos: Identificar áreas para la implementación de soluciones ERP y automatización de procesos. Coordinar con otros equipos para garantizar una transición fluida.

Coordinación Interdepartamental

- Reuniones regulares entre líderes de equipos para asegurar la alineación de las acciones y compartir avances.
- Fomentar la colaboración y el intercambio de información entre los departamentos involucrados.

Evaluación y Mejora Continua

Revisiones trimestrales para evaluar el progreso y analizar el logro de los KPIs. Reuniones de retroalimentación con los equipos para identificar oportunidades de mejora y resolver desafíos.

Plan Direccional

El Plan Direccional es un componente esencial para guiar la implementación exitosa de la estrategia de transformación digital de "ChapinSoft". A través de una

estructura jerárquica de objetivos, este plan proporciona una visión clara y detallada de cómo cada paso contribuirá a los resultados generales que se buscan lograr.

Objetivo General:

Posicionar a "ChapinSoft" como líder en la industria a través de la implementación efectiva de la estrategia de transformación digital, mejorando la presencia en línea, adquiriendo clientes en línea y optimizando procesos internos.

Metas Generales

- Incremento de Cuota de Mercado Digital: Aumentar la participación en el mercado digital en un 20% en los próximos 2 años.
- Mejora de la Experiencia del Cliente: Mejorar la satisfacción del cliente digital en un 15% a través de soluciones tecnológicas innovadoras.
- Ampliación de la Base de Clientes Digitales: Ampliar la base de clientes en línea en un 45% en el primer año.

Objetivos Específicos

Meta 1: Incremento de Cuota de Mercado Digital

1.1. Desarrollo del Sitio Web y Plataforma de Comercio Electrónico

Lanzar un nuevo sitio web optimizado con una experiencia de usuario intuitiva y atractiva.

Implementar una plataforma de comercio electrónico que permita a los clientes comprar en línea.

1.2. Campañas Publicitarias en Línea

Ejecutar campañas publicitarias en línea en Google Ads y redes sociales para aumentar la visibilidad en línea.

1.3. Optimización de Motores de Búsqueda (SEO)

Implementar estrategias de SEO para mejorar el ranking de búsqueda y aumentar el tráfico orgánico.

Meta 2: Mejora de la Experiencia del Cliente

2.1. Interacción en Línea Eficiente

Implementar chat en vivo y soporte por correo electrónico para una atención al cliente en línea rápida y efectiva.

2.2. Personalización de la Experiencia del Cliente

Utilizar datos y análisis para ofrecer recomendaciones y soluciones personalizadas a los clientes.

2.3. Desarrollo de Aplicaciones Móviles

Crear aplicaciones móviles que mejoren la accesibilidad y la experiencia del cliente.

Meta 3: Ampliación de la Base de Clientes Digitales

3.1. Marketing de Contenido y Estrategia en Redes Sociales

Generar contenido de calidad y promocionarlo a través de blogs y redes sociales para atraer a nuevos clientes.

3.2. Campañas de Adquisición de Clientes

Diseñar campañas específicas para adquirir nuevos clientes en línea y aumentar la base de clientes digitales.

3.3. Atención al Cliente Efectiva en Línea

Garantizar una respuesta rápida a las consultas de los clientes en línea para convertir leads en clientes.

Plan de un Solo Uso

Mejora de la Tasa de Conversión en la Página de Cotizaciones

Objetivo Específico:

Aumentar la tasa de conversión en la página de cotizaciones de "ChapinSoft" en un 20% en los próximos 3 meses.

Estrategias y Acciones

1. Análisis y Optimización de la Página de Cotizaciones:

Realizar un análisis exhaustivo de la página de cotizaciones actual para identificar posibles obstáculos y áreas de mejora.

Optimizar el diseño y la disposición de la página para que sea más intuitiva y atractiva.

2. Simplificación del Proceso de Cotización:

Reducir la cantidad de pasos necesarios para que los usuarios completen el proceso de cotización.

Implementar un formulario de cotización que solicite solo la información esencial.

3. Elementos Visuales Persuasivos:

Agregar elementos visuales como testimonios, casos de éxito y reseñas para generar confianza en los usuarios.

Incluir imágenes relevantes que resalten los beneficios de los servicios de "ChapinSoft".

4. Llamados a la Acción (CTA) Claros y Atractivos:

Diseñar CTA llamativos y claros que guíen a los usuarios hacia el proceso de cotización.

Utilizar frases convincentes como "Obtén tu cotización personalizada ahora" para impulsar la acción.

5. Pruebas A/B y Monitoreo Continuo:

Realizar pruebas A/B con diferentes variaciones de diseño, CTA y elementos visuales para determinar qué versiones tienen un mayor impacto en la conversión.

Utilizar herramientas de análisis para monitorear el comportamiento de los usuarios y ajustar la estrategia según los datos en tiempo real.

Medición y Resultados

Establecer un período de 2 meses para implementar las estrategias y acciones mencionadas.

Utilizar herramientas de análisis para rastrear la tasa de conversión actual y medir el impacto de las mejoras.

Expectativas de Resultados

Incremento de la tasa de conversión en la página de cotizaciones en un 15% en comparación con el período anterior.

Mayor número de usuarios que completan el proceso de cotización y muestran interés en los servicios de "ChapinSoft".

Plan permanente

Visión a Largo Plazo: Convertirse en una empresa líder en innovación digital, manteniendo la relevancia y la competitividad en un entorno en constante cambio.

Objetivos a Largo Plazo

Liderazgo en Innovación: Ser reconocidos como una empresa pionera en la adopción y aplicación de tecnologías digitales avanzadas.

Mejora Continua de Experiencia del Cliente: Mantener y mejorar constantemente la experiencia del cliente en línea, superando las expectativas y anticipando sus necesidades.

Adaptabilidad Tecnológica: Mantenerse ágiles y adaptables a las tendencias tecnológicas emergentes, incorporando nuevas herramientas y plataformas de manera proactiva.

Cultura de Aprendizaje Continuo: Fomentar una cultura de aprendizaje constante entre los empleados, incentivando la adquisición de habilidades digitales y la innovación.

Estrategias y Acciones a Largo Plazo

1. Inversión en Investigación y Desarrollo:

Destinar un presupuesto continuo para la investigación y desarrollo de nuevas soluciones digitales.

Explorar y experimentar con tecnologías emergentes como inteligencia artificial, Internet de las cosas (IoT) y blockchain.

2. Actualización Periódica de Plataformas:

Establecer un calendario regular para evaluar y actualizar las plataformas digitales existentes.

Adoptar una mentalidad de mejora continua al refinar la usabilidad y funcionalidad.

3. Monitorización de Tendencias del Mercado:

Mantenerse al tanto de las tendencias digitales y cambios en el comportamiento del consumidor.

Realizar análisis de mercado periódicos para identificar nuevas oportunidades y amenazas.

4. Capacitación y Desarrollo de Empleados:

Ofrecer programas de formación y capacitación en habilidades digitales para empleados de todos los niveles.

Fomentar la participación en conferencias y eventos relacionados con la transformación digital.

5. Feedback Continuo de los Clientes:

Establecer canales de retroalimentación para los clientes y escuchar sus opiniones sobre las soluciones digitales actuales.

Utilizar los comentarios de los clientes para ajustar y mejorar constantemente las ofertas digitales.

Medición y Evaluación Continua

Establecer métricas clave para medir el progreso hacia los objetivos a largo plazo.

Realizar evaluaciones periódicas para analizar el avance y realizar ajustes según sea necesario.

Beneficios Esperados

Permanecer a la vanguardia de la innovación digital en la industria.

Adaptarse con éxito a los cambios tecnológicos y las demandas del mercado.

Mantener una base de clientes leales y satisfechos debido a la mejora continua de la experiencia digital.

Segmentación

Clientes Potenciales "ChapinSoft"

Objetivo de Segmentación:

Adaptar la estrategia de marketing y comunicación para satisfacer las necesidades específicas de cada segmento de clientes potenciales.

Segmentos de Clientes Potenciales

Empresas en Crecimiento:

Descripción: Empresas pequeñas y medianas que buscan expandirse y mejorar su presencia en línea.

Características: Necesitan soluciones escalables y rentables para desarrollo web y aplicaciones móviles.

Estrategia: Ofrecer soluciones flexibles y paquetes asequibles que satisfagan sus objetivos de crecimiento.

Empresas Establecidas en Búsqueda de Eficiencia:

Descripción: Empresas establecidas que buscan optimizar sus procesos internos con soluciones tecnológicas.

Características: Requieren sistemas de gestión ERP y automatización personalizados para mejorar la eficiencia.

Estrategia: Resaltar los beneficios de la automatización y la optimización para reducir costos y aumentar la productividad.

Startups Innovadoras:

Descripción: Emprendimientos en etapa temprana que buscan soluciones tecnológicas innovadoras.

Características: Buscan soluciones personalizadas y disruptivas para destacar en su mercado.

Estrategia: Destacar casos de éxito y soluciones personalizadas que reflejen la innovación y el potencial de crecimiento.

E-commerce en Expansión:

Descripción: Negocios en línea que buscan mejorar la experiencia del cliente y aumentar las ventas.

Características: Necesitan plataformas de comercio electrónico robustas y estrategias de marketing digital.

Estrategia: Enfatizar la capacidad de brindar soluciones integrales para mejorar la experiencia de compra en línea.

Instituciones Educativas y ONGs:

Descripción: Organizaciones sin fines de lucro y educativas en busca de soluciones tecnológicas para sus operaciones.

Características: Requieren sistemas de gestión eficientes y plataformas de comunicación.

Estrategia: Destacar cómo las soluciones digitales pueden mejorar la eficiencia en las operaciones y la comunicación.

Personalización y Comunicación Relevante

Adaptar los mensajes de marketing y las comunicaciones según las necesidades y objetivos específicos de cada segmento.

Utilizar canales de comunicación preferidos por cada segmento (redes sociales, correo electrónico, etc.).

Proporcionar contenido relevante y casos de éxito que resuenen con las preocupaciones y metas de cada grupo.

Segmento de Clientes	Descripción	Características	Estrategia
Empresas en Crecimiento	Empresas pequeñas y medianas en expansión	Necesitan soluciones escalables y rentables para desarrollo web y apps móviles	Ofrecer soluciones flexibles y asequibles
Empresas Establecidas en Búsqueda de Eficiencia	Empresas consolidadas buscando optimización interna	Requieren sistemas de gestión ERP y automatización	Destacar optimización y reducción de costos
Startups Innovadoras	Emprendimientos tempranos buscando innovación	Buscan soluciones disruptivas y personalizadas	Resaltar casos de éxito e innovación
E-commerce en Expansión	Negocios en línea mejorando experiencia de cliente	Necesitan plataformas de comercio electrónico y marketing digital	Enfatizar mejoras en experiencia de compra
Instituciones Educativas y ONGs	Organizaciones sin fines de lucro y educativas	Requieren sistemas de gestión y comunicación	Destacar eficiencia y mejoras en operaciones

Customer Journey

Etapa 1: Conciencia

Puntos de Contacto Clave: Búsqueda en línea, redes sociales, contenido educativo.
Objetivo: Captar la atención de clientes potenciales y generar conciencia sobre los servicios de "ChapinSoft".

Etapa 2: Interés

Puntos de Contacto Clave: Sitio web, publicaciones en blogs, anuncios relevantes.
Objetivo: Proporcionar información detallada sobre los servicios y soluciones, capturando el interés del cliente.

Etapa 3: Consideración

Puntos de Contacto Clave: Comparación de opciones, evaluación de casos de éxito.
Objetivo: Presentar a "ChapinSoft" como una solución líder y demostrar su capacidad para resolver problemas específicos.

Etapa 4: Decisión

Puntos de Contacto Clave: Testimonios de clientes, detalles de precios, opciones de contacto.
Objetivo: Facilitar la toma de decisión proporcionando evidencia social, información detallada y formas claras de contacto.

Etapa 5: Acción

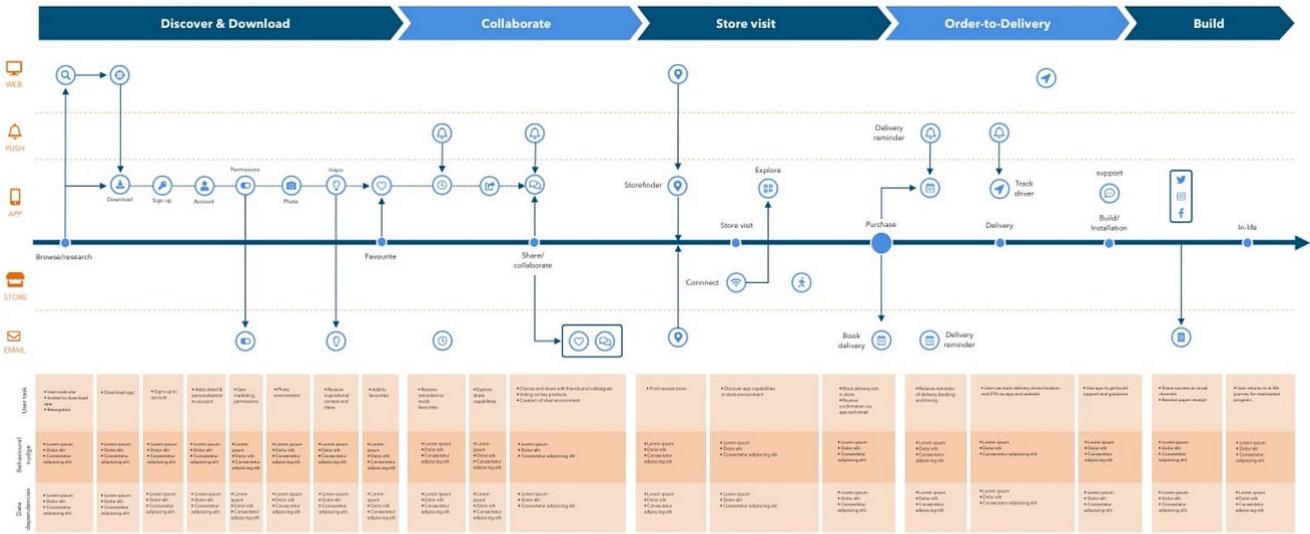
Puntos de Contacto Clave: Formularios de contacto, proceso de compra en línea.
Objetivo: Hacer que la conversión sea sencilla y sin fricciones, alentando a los clientes a tomar medidas.

Etapa 6: Post-Compra y Retención

Puntos de Contacto Clave: Seguimiento de correos electrónicos, soporte en línea, contenido post-compra.
Objetivo: Fomentar la satisfacción del cliente y la lealtad, brindando soporte continuo y contenido relevante.

Customer journey

Source: medium.com/@h_locke



Avatares

- Avatar 1

Desarrollador DevOps Daniel Acabal

Descripción: Daniel es un desarrollador DevOps apasionado por la automatización y la mejora continua en el desarrollo de software. Busca soluciones tecnológicas que optimicen el flujo de trabajo y la colaboración entre equipos de desarrollo.

Necesidades y Preferencias: Busca herramientas de integración continua, entrega continua (CI/CD) y orquestación de contenedores para agilizar el proceso de desarrollo y despliegue.

Estrategia: Ofrecer soluciones de CI/CD y orquestación de contenedores que permitan a Martín automatizar y optimizar su flujo de trabajo de desarrollo.

- Avatar 2:

Estudiante de Ingeniería en Sistemas Alvaro

Descripción: Álvaro es un estudiante de ingeniería en software con un entusiasmo por aprender nuevas tecnologías y desarrollar sus habilidades de programación. Busca recursos y herramientas para perfeccionar sus habilidades y construir proyectos personales.

Necesidades y Preferencias: Busca cursos en línea, tutoriales y plataformas de práctica de programación que le permitan mejorar sus habilidades y aplicar sus conocimientos en proyectos prácticos.

Estrategia: Ofrecer cursos en línea, recursos de programación y acceso a proyectos prácticos que ayuden a Álvaro a desarrollar sus habilidades y crecer como desarrolladora.

Avatar 3:

Artista Digital Maya

Descripción: Maya es una artista digital independiente que busca crear una plataforma en línea para mostrar y vender su trabajo. Tiene un enfoque creativo y valora la estética y la originalidad en su sitio web y presencia en línea.

Necesidades y Preferencias: Busca una plataforma de diseño web que permita mostrar su trabajo visualmente de manera impactante. También valora la integración con redes sociales para llegar a un público más amplio.

Estrategia: Ofrecer servicios de diseño web personalizados que resalten la estética y originalidad de su trabajo. Destacar la integración de redes sociales para maximizar la visibilidad.

Avatar 4:

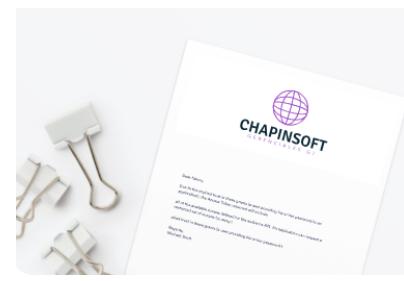
Director Tecnológico Diego

Descripción: Diego es el Director Tecnológico de una gran empresa que busca soluciones tecnológicas avanzadas para optimizar su infraestructura y seguridad informática. Tiene un profundo conocimiento técnico y está interesado en soluciones de vanguardia.

Necesidades y Preferencias: Busca soluciones de ciberseguridad de nivel empresarial y servicios de consultoría tecnológica para mantener la infraestructura segura y eficiente.

Estrategia: Ofrecer soluciones de ciberseguridad altamente seguras y servicios de consultoría técnica avanzada. Resaltar casos de éxito en la implementación de soluciones de vanguardia.

- Ejemplos de Estrategias de Marketing



- Desarrollo web
 - Un emprendedor que necesita una plataforma de comercio electrónico para mostrar un catálogo de productos y servicios, que le permita a un usuario realizar compras en línea. Además, que sea un sitio web elegante y funcional que ofrezca una experiencia de compra fluida. Su objetivo es dar a conocer su marca y mejorar su visibilidad para destacar en el mercado y atraer clientes potenciales.
- Clientes para aplicaciones móviles
 - Una Startup en crecimiento que necesite una aplicación móvil personalizada que resuelva un problema en específico, mejorar su flujo de trabajo, administración sus tareas y atraer nuevos clientes. Además, valoran mucho la seguridad y eficiencia para administrar su trabajo sin complicaciones.
- Clientes para gestión de ERP
 - Empresas en crecimiento con una visión de mejora continua. Su objetivo es optimizar procesos internos, desde la gestión de inventario hasta la eficiencia en producción y distribución. Buscan tomar decisiones informadas basadas en datos sólidos. Además, valoran la posibilidad de asesoramiento y soporte para su ERP actual o, en caso de cambio, capacitación completa para su equipo.

Indicadores de desempeño

- SMART
 - Incrementar la tasa de conversión en el sitio web de ChapinSoft en un 20% en los próximos 3 meses, a través de la optimización de la experiencia del usuario y la implementación de una estrategia de marketing de contenidos, con el fin de aumentar la generación de leads y oportunidades de venta
 - Lograr una calificación promedio de 4.5 estrellas y un mínimo de 5,000 descargas para la nueva aplicación móvil de un cliente clave en los primeros 6 meses de su lanzamiento, mediante una interfaz agradable e intuitiva y promoción de redes sociales
 - Reducir el tiempo de procesamiento de pedidos en un 15% para una empresa de manufactura en los próximos 4 meses, a través de la implementación de un sistema de gestión de pedidos personalizado y la capacitación del equipo.
- KPI
 - **Tasa de Conversión en el Sitio Web:** Medir cuántos visitantes del sitio web se convierten en clientes potenciales o solicitan cotizaciones.
 - **Número de Descargas de Aplicaciones Móviles:** Seguir la cantidad de descargas de las aplicaciones desarrolladas.
 - **Satisfacción del Cliente para Gestores de ERP:** Evaluar la retroalimentación de los clientes sobre la implementación de sistemas ERP.
 - **Tráfico Orgánico del Sitio Web:** Medir cuántos visitantes llegan al sitio a través de búsquedas orgánicas.
 - **Tiempo de Respuesta de Soporte en Línea:** Evaluar la rapidez con la que se brinda soporte técnico a los clientes en línea
- OKR
 - Objetivo: Aumentar la demanda de servicios en un 30% en los próximos 6 meses.
 - Resultado Clave: Lanzar campañas de marketing digital específicas para cada servicio.
 - Objetivo: Implementar 3 proyectos de aplicaciones móviles en los próximos 3 meses.
 - Resultado Clave: Identificar y priorizar las necesidades únicas de cada cliente para personalizar las soluciones.
 - Objetivo: Mejorar la eficiencia interna de 3 clientes de ERP en un 20% en el próximo trimestre.
 - Resultado Clave: Analizar y optimizar los procesos empresariales de cada cliente de manera individual.

Ecosistema TIC

- **Plataformas de redes sociales**

La empresa puede promocionar sus servicios a través de Facebook e Instagram. Con el fin de dar a conocer la empresa YouTube puede ser una buena opción para compartir contenido audiovisual informativo sobre sus productos, servicios o el área tecnológica que está enfocada la empresa. Así mismo por medio de Twitter podrían emitir comunicados o promociones.



- **Análisis y seguimiento**

El ecosistema estará enfocado al uso de herramientas de google, la página web se creará con GooglePages.

- Google Analytics nos proporcionará información detallada sobre el tráfico del sitio y comportamiento de los usuarios.
- Google Tag Manager nos permite rastrear las conversiones de sitios web

- **Publicidad en línea**

Otra herramienta tecnológica a implementar será Google Ads para crear anuncios y promocionar servicios en búsquedas de Google o en sitios asociados. Además, las redes sociales proporcionan un servicio de "Advertisement"

- **Chat en vivo y Soporte al Cliente**

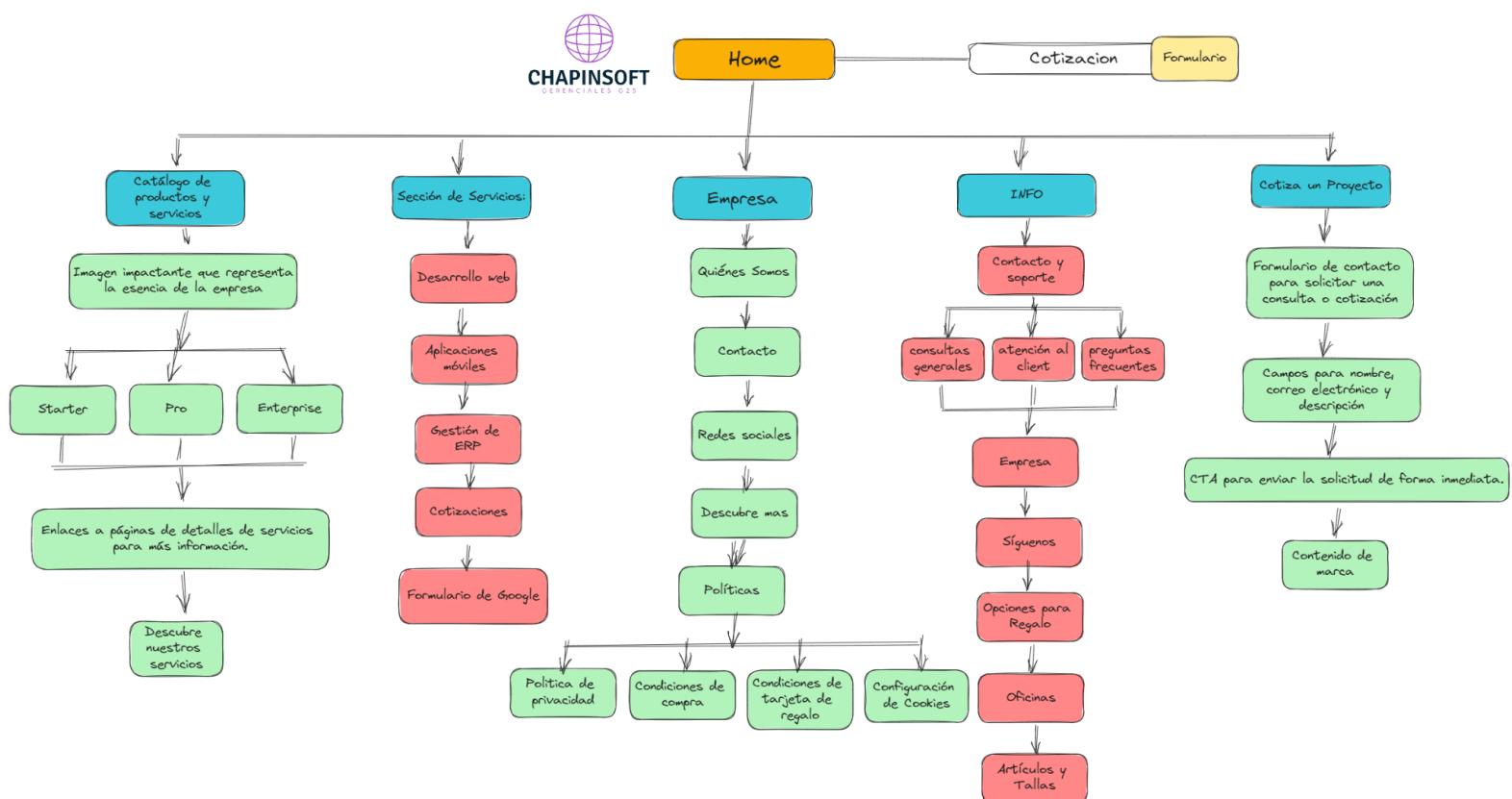
Se usarán chatbots para responder preguntas frecuentes de nuevos clientes, estos podrán ser configurados en las redes sociales al momento de contactar a la empresa

Arquitectura de información

Se organiza y estructura el contenido de nuestro Landing Page de manera que sea fácil encontrar y usar para los usuarios.

Beneficios de nuestra arquitectura:

- Mejorar la experiencia del usuario: Al organizar el contenido de manera clara y lógica, los arquitectos de información pueden ayudar a los usuarios a encontrar la información que necesitan rápidamente y fácilmente.
- puede reducir la frustración del usuario y mejorar la conversión.
- ayudar a que nuestro Landing Page pueda clasificarse mejor en los resultados de búsqueda. Esto puede conducir a un aumento en el tráfico orgánico y a un mayor alcance



Landing Page

Es una página diseñada para atraer la atención de los clientes, fue hecha con Google Sites.



Figura. Vista desde un navegador.

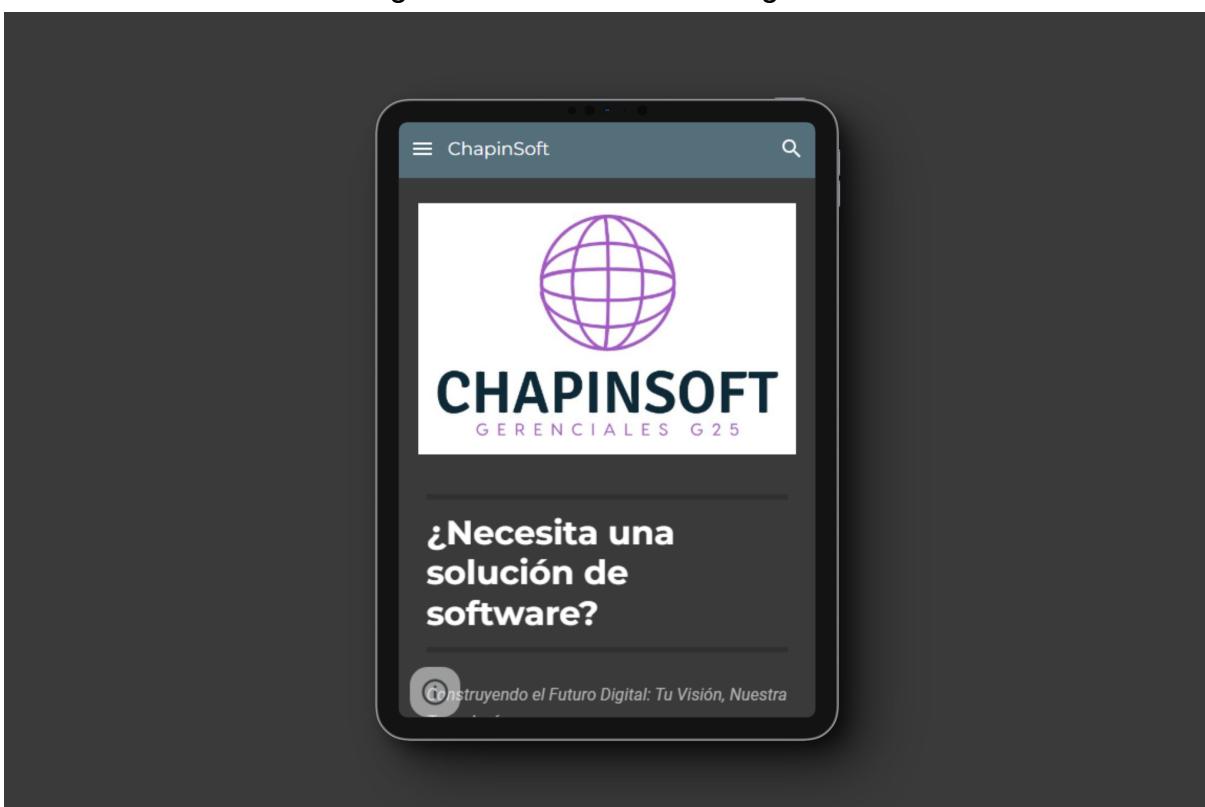


Figura . Vista para tablet

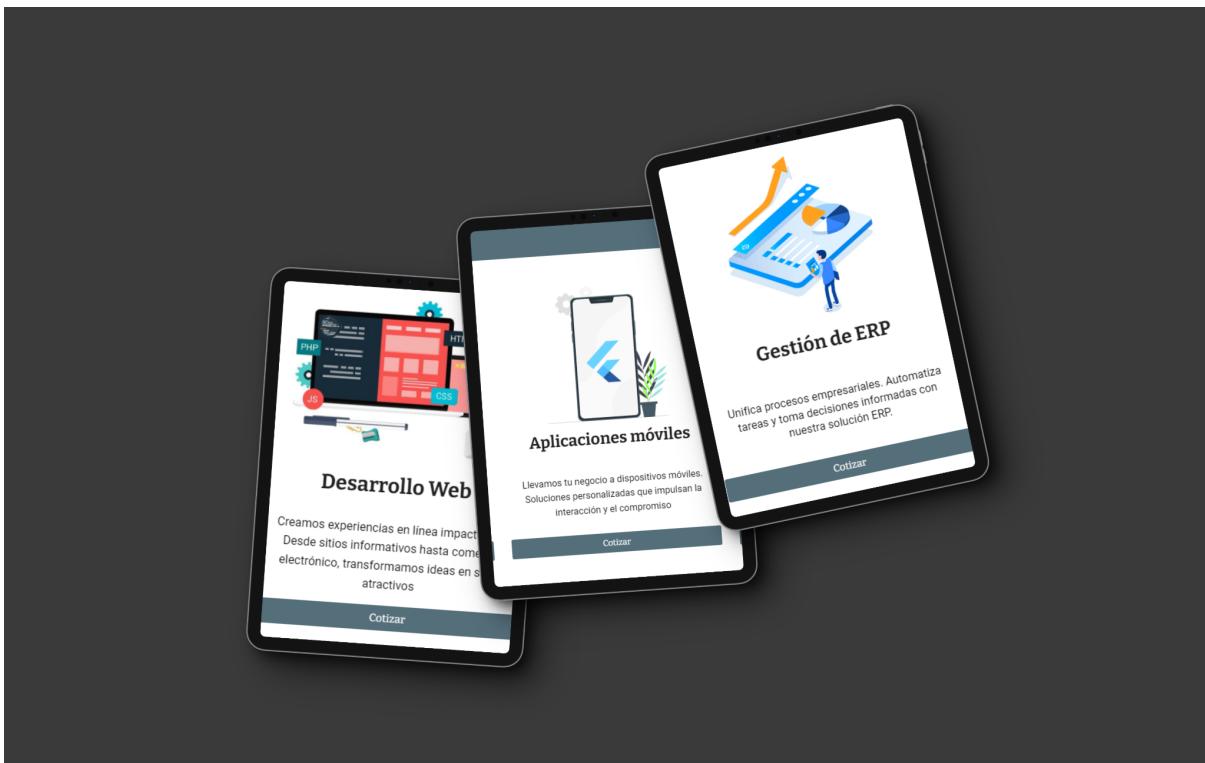


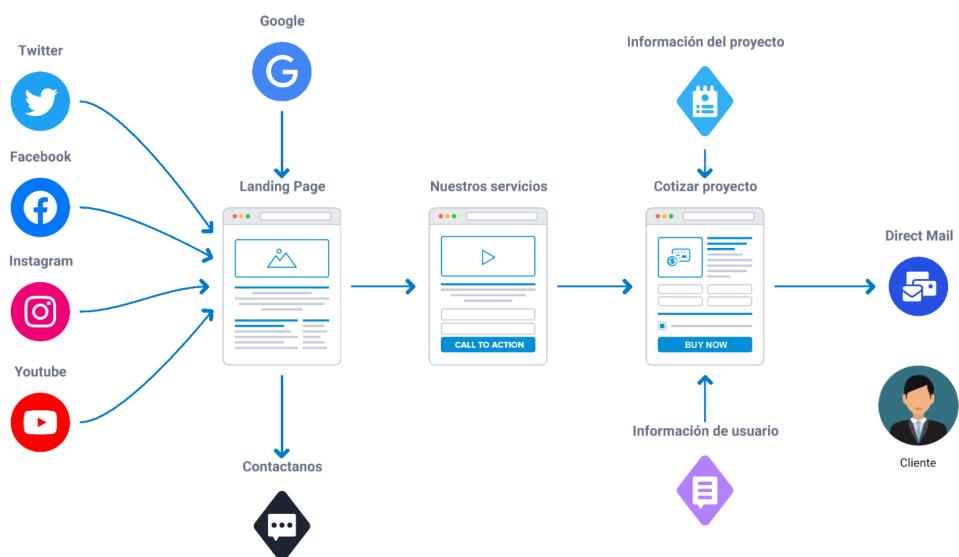
Figura. Vista de servicios ofrecidos por ChapinSoft

- Visita el sitio web:

<https://sites.google.com/ingenieria.usac.edu.gt/chapinsoft-g1/inicio>

Mapeo UX

Este diagrama representa el flujo de acciones que realiza el cliente para conocer la empresa, los servicios que ofrece y solicitar una cotización de un proyecto



Observaciones

- El resumen ejecutivo presenta de manera efectiva los desafíos que enfrenta "ChapinSoft" y la necesidad de adaptarse al entorno digital. Sin embargo, sería beneficioso incluir objetivos más específicos en términos de participación en el mercado, adquisición de clientes y expansión digital.
- La mención de la necesidad de transformación digital es acertada, pero podría ampliarse con ejemplos concretos de cómo la pandemia ha impulsado el cambio en el comportamiento del consumidor y la adopción de tecnologías digitales. Esto ayudaría a respaldar la urgencia de la situación.
- A lo largo del resumen ejecutivo, se podrían incluir ejemplos reales de cómo las estrategias y tácticas propuestas se aplicarían a situaciones concretas de "ChapinSoft". Esto brindaría a los lectores una comprensión más clara de cómo se llevarían a cabo en la práctica.

Conclusiones

- La estrategia propuesta se basa en la personalización y el enfoque en el cliente. A través de la segmentación y la creación de avatares, "ChapinSoft" podrá ofrecer soluciones y experiencias más relevantes, estableciendo conexiones emocionales y aumentando las tasas de conversión.
- La estrategia abraza la adaptabilidad y la flexibilidad. La incorporación de Planes de un Solo Uso permite abordar desafíos específicos de manera eficiente, manteniendo una respuesta ágil a las necesidades cambiantes del entorno.
- La visión de "ChapinSoft" es la excelencia en soluciones digitales. La estrategia no solo busca sobrevivir en el mercado digital, sino destacar y liderar a través de soluciones innovadoras, atención al cliente excepcional y un compromiso inquebrantable con la calidad.

Bibliografía

https://looka.com/onboarding?company_name=ChapinSoft