

Actividad | 2 | Transformación Digital y Funnel de Conversión.

Negocios Digitales.

Ingeniería en Desarrollo de
Software.



academiaglobal

TUTOR: Humberto Jesús Ortega Vázquez.

ALUMNO: Carlos Ariel Nicolini

FECHA: 26/02/2024

Índice

Introducción	3
Descripción	4
Justificación	5
Desarrollo.....	6
• Etapas del funnel de conversión	6
Conclusión.....	9
Referencias.....	10

Introducción

El embudo de conversión se define como una representación visual de los pasos que debe seguir un vendedor para convertir a un prospecto en cliente. Funciona como un mapa que guía a la toma de decisiones estratégicas, y que tiene en cuenta las necesidades y expectativas de cada persona en las etapas del funnel de ventas.

Un embudo de conversión es una herramienta que los equipos de ventas y marketing utilizan para ilustrar los pasos del recorrido del cliente. También se le conoce como “Embudo de compra”, “funnel de ventas” o “pipeline de ventas”.

El objetivo del funnel de ventas es visualizar el trayecto del cliente –desde el descubrimiento de tu marca hasta la decisión de compra de tus productos y servicios- y ser un insumo para la toma de decisiones del equipo sobre como motivar el interés y la compra.

Las etapas del embudo de conversión son (según el método de AIDA):

- Awareness o Conciencia: Es la etapa de atracción, donde el comprador potencial descubre la existencia de un producto, servicio o empresa. Aquí, el trabajo del vendedor es prospectar.
- Interest o Interés: El comprador expresa activamente interés en el producto o servicio. Aquí, los vendedores deben calificar a los leads y definir las necesidades de los clientes potenciales.
- Desire o Deseo: En esta etapa, el comprador decide que quiere tu producto o tu servicio. Ahora el reto es convencerle de que eres la mejor alternativa del mercado.
- Action o Acción: La compra finalmente se realiza y el cliente potencial se convierte en cliente real. Aquí, tu responsabilidad como vendedor es entregar el producto o servicio según lo prometido.

Descripción

Contextualización:

La zapatería realizara ventas en línea a través de su página Web, pero además para los clientes de la ciudad de Culiacán, se realizara el servicio de llevar la mercancía seleccionada a domicilio para que el cliente pueda probársela y saber si es de su gusto y tamaño, una vez el cliente satisfecho con el producto elegido se completa la venta. Para las demás ciudades del país se realizara venta en línea con envío a domicilio.

Actividad:

De acuerdo con el modelo de negocio realizado en el primer trabajo de esta materia, realizaremos el funnel de conversión, con el cual mostraremos como promocionaremos nuestro producto, como revisaremos a los posibles clientes, como los atraeremos para realizar una venta y como haremos para fidelizarlos.

.

Justificación

Para esta actividad realizaremos un funnel o embudo de conversión a partir del trabajo realizado en el trabajo anterior.

La zapatería realizara ventas en línea a través de su página Web, pero además para los clientes de la ciudad de Culiacán, se realizara el servicio de llevar la mercancía seleccionada a domicilio para que el cliente pueda probársela y saber si es de su gusto y tamaño, una vez el cliente satisfecho con el producto elegido se completa la venta. Se explicara con el embudo de conversión como intentaremos captar posibles clientes, realizar una campaña de marketing en redes sociales, internet, etc. para que sepan quienes somos, que ofrecemos, poder atraerlos, que se registren y poder concluir una venta, además de fidelizarlos y que ellos mismos nos recomienden.

Espero haber entendido lo que se solicita en esta tarea, me base en lo recomendado por el profesor para la realización de esta tarea y me concentre en los puntos que el solicito.

El trabajo se subió al siguiente enlace de Github.

<https://github.com/CarlosNico/Negocios-Digitales>

Desarrollo

Etapas del funnel de conversión

Para esta actividad realizaremos un modelo de negocio de una zapatería de venta online.

La zapatería realizara ventas en línea a través de su página Web, pero además para los clientes de la ciudad de Culiacán, se realizara el servicio de llevar la mercancía seleccionada a domicilio para que el cliente pueda probársela y saber si es de su gusto y tamaño, una vez el cliente satisfecho con el producto elegido se completa la venta. Para las demás ciudades del país se realizara venta en línea con envío a domicilio.



- Awareness o Conciencia: Se implementara una campaña publicitaria en redes sociales, internet y televisión promocionando nuestra página, haciendo videos (del proceso completo, personas entrando a la página, registrándose, comprando, que nuestros empleados lleguen a su casa, les muestren el producto, se lo prueben y que están felices con el resultado de su compra) contando quienes somos, una compañía de venta de zapatos online de las mejores marcas y calidad de productos 100% mexicanos, a muy buen precio y con la atención personalizada para el cliente de llevar el producto a su domicilio (previa selección en la página) para que sea probado y comprado, enfatizando que nuestro deseo es que el cliente quede completamente satisfecho con el producto que compro.
- Discovery o Interés: De las personas que ingresen a la página y se registren (dejaran sus datos en el registro), revisaremos sus búsquedas, a que productos o promociones le dieron like para enviarles información sobre productos o promociones del mismo gusto, esto con el fin de mostrarle más de nuestro catálogo e interesarlos en más productos (productos u ofertas similares). De los posibles clientes que ingresen y no se registren, se revisara las 10 búsquedas de productos o promociones más comunes para poder realizar un plan de mejora para que cierto número de esos posibles clientes decidan registrarse y elegirnos.
- Consideration o Deseo: Ya cuando el cliente ya se ha registrado en nuestra página y parece interesado en nuestros productos o promociones, es necesario que le ofrezcamos promociones por compra de dos calzados poniendo diferentes productos en un combo, puede ser calzado para el cliente o también para distintas personas de su círculo, dependiendo de la temporada del año,

como puede ser posiblemente antes del comienzo del ciclo escolar, promocionarle con la compra de su calzado un descuento por un par de zapatos escolares.

Enfatizarle en nuestro servicio especial para él/ella de entrega a domicilio, prueba en sitio el día y hora que el cliente especifique para su comodidad y que se lleve una excelente experiencia.

- **Action o Venta:** Se entrega el producto/os seleccionados al cliente en su domicilio, se llevan 3 pares por producto (el numero seleccionado por el cliente, un numero menos y un número más previamente revisados para que no presenten detalles), el cliente nos revisa, se los prueba, además se llevan la misma cantidad del producto en otro color de acuerdo a lo que ha revisado el cliente en la página para también presentarle otra opción más para su posible compra o cambio. Una vez que el cliente está contento con su compra se realiza la entrega del producto/s y se termina la venta.
- **Loyalty o Fidelidad:** Se le dará seguimiento al cliente a través de llamada telefónica o mensaje y se realizara una encuesta de satisfacción, para asegurarnos que está contento con el trato, servicio y producto. Se le proporcionara un número especial de cliente, para cuando algún conocido quiera realizar una compra en nuestra página proporcione el número especial.

Con este número especial el cliente ira subiendo de nivel (dependiendo de la cantidad de veces que sea ese número entregado) lo cual le reportara en mejores promociones, además de con cada compra podrá elegir 2 modelos de calzado para que sean llevados con la compra al domicilio para que pueda verlos en persona, probárselos y decidir si desea comprarlos sin ningún compromiso.

Conclusión

El uso e implementación de embudo de conversión nos ayuda a obtener información valiosa acerca del proceso de venta y de si está dando resultado la estrategia planeada, lo cual nos va a permitir identificar inconsistencias en el proceso y tomar las acciones necesarias para poder lograr mayor rentabilidad a las ventas. Gracias a él podemos seguir todo el proceso de conversión del prospecto a cliente fidelizado, también nos va a permitir ver en donde el proceso puede estar fallando y perdiendo posibles clientes para poder realizar las modificaciones necesarias para remediar esa situación y poder fidelizarlos.

El trabajo se subió al siguiente enlace de Github.

<https://github.com/CarlosNico/Negocios-Digitales>

Referencias

- Zendesk. (2021, June 22). Cómo se hace un embudo de conversión efectivo en solo 6 pasos. *Zendesk MX*. <https://www.zendesk.com.mx/blog/funnel-embudo-conversion/>
- Pallàs, G. (2017, October 3). *¿Sabes qué es el funnel de conversión o embudo? → Descúbrelo en InboundCycle. También te contamos para qué sirve y sus fases. ¡Entra ahora!* Inboundcycle.com; InboundCycle. <https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/embudo-de-conversion>
- A4 sales funnel marketing*. (n.d.). Edit.org. Retrieved March 4, 2024, from <https://edit.org/edit/all/1ak58u>
- InboundCycle-Marketing y ventas inbound [@InboundCycle]. (2022, July 13). *¿Qué es un embudo o funnel de conversión?* Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=1ycykl46Xwg>