

# **Universidad Autónoma de Baja California**

## **Facultad de Ciencias Químicas e Ingeniería**

Plan de Ingeniero en Software y Tecnologías Emergentes



### **Emprendimiento de Negocios de Software (371)**

Documento con con el plan de  
mercadotecnia digital

#### **Docente:**

Carelia Guadalupe Gaxiola Pacheco

#### **Actividad:**

Meta 5.2

#### **Participante(es):**

[Luis Eduardo Galindo Amaya](#) (1274895)

## Sumario

Análisis de la Situación.....	3
Descripción del Negocio.....	3
Análisis de la Competencia.....	3
Análisis FODA.....	4
Definición de Objetivos.....	5
Aumentar el tráfico web en un 10%.....	5
Incrementar la tasa de conversión de pruebas gratuitas.....	5
Reducir la tasa de abandono de usuarios.....	5
Segmentación del Mercado y Personas de Buyer.....	6
Segmentación.....	6
Personas de Buyer.....	7
Estrategias de Mercadotecnia Digital.....	8
Plan de implementación.....	8
Medición y Análisis.....	9
Indicadores Clave de Rendimiento.....	9
Análisis de Resultados.....	9

# Meta 5.2

Documento con con el plan de mercadotecnia digital

## Análisis de la Situación

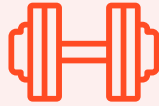
### Descripción del Negocio

InventaCloud es una plataforma de gestión de inventarios en la nube, diseñada para satisfacer las necesidades de pequeñas y medianas empresas (PyMEs) que manejan grandes volúmenes de inventario. Nuestro modelo de negocio se basa en el SaaS (Software as a Service), ofreciendo soluciones escalables y flexibles para mejorar la eficiencia operativa y la rentabilidad de nuestros clientes.

### Análisis de la Competencia

Empresa	Estrategias Digitales
<b>Skyware Inventory</b>	Marketing de contenidos, publicidad PPC, y presencia en redes sociales.
<b>Zoho Inventory</b>	Blogs, tutoriales en video, y campañas de email marketing.
<b>TradeGecko</b>	Publicaciones frecuentes en redes sociales, webinars, y SEO avanzado.

## Análisis FODA



### Fortalezas

- Plataforma escalable y flexible.
- Modelo SaaS con precios accesibles.
- Período de prueba gratuito.



### Debilidades

- Competencia con empresas establecidas en el mercado.
- Necesidad de constante innovación y actualización.



### Oportunidades

- Creciente demanda de soluciones digitales.
- Expansión a nuevos mercados.
- Alianzas estratégicas con otras plataformas SaaS.



### Amenazas

- Rápido cambio tecnológico.
- Posible saturación del mercado.
- Riesgos de seguridad y privacidad en la nube.

## Definición de Objetivos

### Aumentar el tráfico web en un 10%

Específico	Medible	Alcanzable	Relevante	Tiempo
Incrementar el tráfico web de InventaCloud.	Aumentar el tráfico web en un 10%.	Utilizando estrategias de SEO, marketing de contenidos y publicidad digital.	Un mayor tráfico web puede traducirse en más pruebas gratuitas.	En los próximos seis meses.

### Incrementar la tasa de conversión de pruebas gratuitas

Específico	Medible	Alcanzable	Relevante	Tiempo
Mejorar la tasa de conversión de pruebas gratuitas a suscripciones pagadas.	Incrementar la tasa de conversión en un 15%.	Ofrecer soporte adicional y personalizar las comunicaciones con los usuarios de prueba.	Aumentar las suscripciones pagadas es esencial para la rentabilidad y el crecimiento del negocio.	En los próximos seis meses.

### Reducir la tasa de abandono de usuarios

Específico	Medible	Alcanzable	Relevante	Tiempo
Disminuir la tasa de abandono de usuarios de InventaCloud.	Reducir la tasa de abandono en un 20%.	Implementar mejoras en el servicio al cliente, realizar encuestas de satisfacción y ofrecer incentivos de retención.	Mantener a los usuarios actuales es más rentable que adquirir nuevos clientes, y una menor tasa de abandono aumenta la estabilidad de ingresos.	En los próximos seis meses.

## Segmentación del Mercado y Personas de Buyer

### Segmentación

Segmento	Descripción	Necesidades
<b>Pequeñas Empresas de Comercio Minorista</b>	Tiendas físicas y en línea que venden productos directamente a los consumidores.	Necesitan gestionar inventarios de productos variados y mantener un control preciso para evitar faltantes y excesos.
<b>Distribuidores Mayoristas</b>	Empresas que compran productos en grandes cantidades y los venden a minoristas o directamente a consumidores.	Requieren soluciones para la gestión de grandes volúmenes de inventario, seguimiento de productos y optimización de la cadena de suministro.
<b>Empresas de Logística y Almacenamiento</b>	Empresas que se especializan en la gestión del transporte y almacenamiento de productos.	Necesitan sistemas eficientes para el seguimiento y gestión de inventarios en múltiples ubicaciones.

## Personas de Buyer

#	Carlos, Propietario de una PyME	Ana, Gerente de Logística
<b>Demográficos</b>	40 años, propietario de una tienda de ropa, casado, con estudios universitarios	35 años, gerente de logística en una empresa mediana, soltera, con maestría en administración
<b>Comportamientos</b>	Busca soluciones tecnológicas para optimizar su negocio, es activo en redes sociales	Utiliza herramientas digitales para la gestión de la cadena de suministro, asiste a conferencias del sector
<b>Necesidades</b>	Mejorar la gestión del inventario, reducir costos operativos	Optimizar la cadena de suministro, mejorar la precisión del inventario
<b>Objetivos</b>	Aumentar las ventas y la eficiencia operativa	Reducir tiempos de entrega y mejorar la satisfacción del cliente

## Estrategias de Mercadotecnia Digital

### Plan de implementación

Semanas	Actividades
1-2	Identificar palabras clave relevantes para el negocio de gestión de inventarios en la nube y optimizar el ESO para poder atraer mas visitas ademas de Mejorar la estructura del sitio web para facilitar la navegación y la experiencia del usuario.
3-4	Crear un calendario de contenido para las publicaciones en redes sociales, asegurando una mezcla de contenido informativo, promocional y de compromiso.
5-6	Diseñar y enviar campañas de email dirigidas a los suscriptores y potenciales clientes.
7-8	Utilizar Google Analytics y las plataformas de redes sociales para monitorear el rendimiento de las estrategias implementadas.



## Medición y Análisis

### Indicadores Clave de Rendimiento

Indicador	Descripción
Tráfico web	Mide el número de visitantes al sitio web.
Tasa de conversión	Porcentaje de visitantes del sitio web que se convierten en clientes pagos.
Churn rate	Porcentaje de clientes que cancelan su suscripción.

### Análisis de Resultados

El tráfico web es importante para InventCloud porque aumenta la visibilidad y el alcance de la empresa, generando más oportunidades para convertir visitantes en clientes.

La tasa de conversión es crucial ya que mide la eficacia de las estrategias de marketing y afecta directamente los ingresos.

El churn rate es esencial para entender la retención de clientes y mantener costos de adquisición bajos.