



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Ingeniería

Asignatura: Cómputo Móvil

Evaluación parcial 2: Propuesta de una APP

Grupo: 03

Profesor: Marduk Pérez de Lara Domínguez

Equipo 4

Integrantes:

Cruz Vázquez Zayra Sheccid

Gómez Bolaños Luis Aldo

Rivera Morales Alan Adrián

Semestre 2025-1

Fecha de entrega: 18 de octubre del 2024

CONTENIDO

Introducción	2
Desarrollo	3
1. Explicación del nombre y su origen:	3
2. Objetivo de la App:	3
3. Sector e Industria Objetivo	3
4. Funcionalidades Principales	4
5. Público Objetivo	4
6. Relevancia Social	5
7. Modelo de Negocio	5
8. Razones para la Selección de la App	6
9. Competencia en el Mercado	6
10. Propiedad Intelectual	6
11. Plataformas y Distribución	6
12. Implicaciones y Problemáticas	7
13. Cronograma de Desarrollo	7
14. Organización y Registro	7
15. Análisis FODA	7
16. Tecnología Utilizada	8
17. Alcance Multiplataforma	8
18. Conectividad y Servicios en la Nube	9
19. Conectividad de la App	9
20. Integración con Gadgets y Apps Externas	9
21. Comunicación y Seguridad	9
22. Mejoras Futuras	9
23. Flujo de Datos	9
24. Aprendizajes y Reflexiones	10
Conclusión	10
Referencias	10

Introducción

Miiles es una app innovadora creada para empoderar a los emprendedores latinoamericanos en el ámbito del marketing digital. Originalmente, Miiles comenzó como una agencia de marketing tradicional, pero rápidamente evolucionó hacia un enfoque más amplio y especializado, convirtiéndose en una plataforma que apoya el desarrollo de emprendedores y startups.

Esta transformación ha permitido a Miiles crear soluciones funcionales adaptadas a los retos específicos de cada emprendedor, brindando herramientas de marketing efectivas y estrategias enfocadas en el crecimiento. A través del marketing de afiliados, Miiles les ofrece la oportunidad de aumentar su visibilidad y abrirse a nuevos mercados, fomentando una comunidad de colaboración y un entorno de crecimiento constante.

Desarrollo

Nombre de la App: Miiles

1. Explicación del nombre y su origen:

El nombre "Miiles" hace referencia a la acción "hacer miles de actividades" durante el camino del emprendimiento, como "recorrer millas" en el desarrollo de negocios digitales.

Representa la enorme cantidad de actividades que simplifican el estudio para facilitar el camino del emprendimiento.

2. Objetivo de la App:

Miiles se creó para conectar a emprendedores locales con herramientas de marketing digital que les permitan crear y desarrollar sus propios negocios digitales. La app satisface la necesidad de acceso a recursos de marketing para quienes no cuentan con grandes capitales o conocimientos avanzados, permitiendo a los emprendedores generar ingresos adicionales y mejorar su calidad de vida.

3. Sector e Industria Objetivo

Industria y sector económico:

Miiles está dirigida principalmente al sector de tecnología y marketing digital, con un enfoque en apoyar a micro y pequeños emprendedores dentro de las industrias del retail, servicios y productos locales. Su función es facilitar que estos emprendedores usen estrategias de marketing de afiliados para crecer en el mercado digital sin necesidad de grandes inversiones.

Impacto en la industria:

Miiles aporta un gran valor al sector del marketing digital al permitir que personas sin experiencia técnica o grandes recursos accedan a herramientas avanzadas de marketing de afiliados. Esto ayuda a democratizar el acceso al marketing digital, permitiendo que más emprendedores puedan competir y prosperar en el entorno digital, particularmente en México.

4. Funcionalidades Principales

Características y funcionalidades:

Creación de campañas de afiliados: Los usuarios pueden promocionar productos y servicios de terceros para ganar comisiones.

Acceso a redes de afiliados: Miiles conecta a los emprendedores con una amplia red de afiliados y anunciantes que pueden ayudar a promover sus productos.

Herramientas de análisis: Los usuarios pueden monitorear el rendimiento de sus campañas, optimizando estrategias con base en datos.

Capacitación en marketing digital: La app ofrece contenido educativo para que los usuarios aprendan a utilizar las herramientas de marketing digital de manera efectiva.

Casos de uso:

Emprendedor local: Un emprendedor que vende productos artesanales en línea usa Miiles para generar enlaces de afiliados y hacer que otras personas promocionen sus productos, aumentando las ventas sin invertir en publicidad directa.

Pequeño negocio en crecimiento: Una tienda de productos orgánicos local aprovecha Miiles para conectarse con influencers y afiliados, aumentando su visibilidad y atrayendo más clientes.

5. Público Objetivo

Segmento demográfico y nicho de mercado:

Miiles está dirigida a emprendedores locales, pequeñas y medianas empresas (PYMES) y personas que buscan generar ingresos adicionales a través del marketing digital. El público objetivo incluye:

Emprendedor digital

Edad 18 a 35 años

Intereses: Emprendimiento, negocios digitales, marketing online, desarrollo económico.

Localización geográfica: Principalmente México y Latinoamérica, con un enfoque en personas de zonas urbanas y rurales que buscan expandir sus negocios digitales.

6. Relevancia Social

Impacto en la sociedad:

Miiles contribuye al desarrollo económico inclusivo al permitir que emprendedores locales generen ingresos adicionales y mejoren su poder adquisitivo sin necesidad de grandes inversiones. Esto tiene un impacto directo en la calidad de vida de los usuarios, fomentando la creación de empleos y la dinamización de la economía local.

Estudios indican que las plataformas digitales que facilitan el acceso al mercado, como Miiles, pueden aumentar los ingresos de los pequeños negocios hasta un 30% en el primer año de uso. Esto es particularmente relevante en México, donde muchas personas buscan alternativas económicas flexibles.

7. Modelo de Negocio

Estrategia de monetización:

El modelo de negocio de Miiles se centra en proporcionar una fuente de ingresos para los emprendedores a través de la venta de productos de la marca Miiles. Los emprendedores que utilizan la app actúan como vendedores de la marca, comercializando los productos que Miiles ofrece. A cambio, los vendedores reciben una comisión por cada venta que gestionan a través de la plataforma. Las ganancias que generan son gestionadas directamente en la app, lo que les permite monitorear su rendimiento y retirar sus comisiones de manera sencilla.

Sostenibilidad económica:

Este modelo es sostenible a largo plazo porque Miiles obtiene ingresos al ofrecer productos propios que los emprendedores venden. Al tener control sobre los productos y los márgenes de venta, la app asegura una fuente constante de ingresos tanto para la empresa como para los emprendedores que forman parte del ecosistema. Esto fomenta una relación mutuamente beneficiosa, donde los emprendedores pueden generar ingresos de manera flexible y Miiles incrementa su alcance y ventas a través de su red de vendedores.

8. Razones para la Selección de la App

Es una herramienta que sirve para el área del marketing digital por su capacidad de crear y distribuir campañas publicitarias. Actualmente encontramos que diversas empresas necesitan generar publicidad para promocionarse y crecer, adicionalmente muchas de ellas no cuentan con el tiempo ni con los recursos para invertir en marketing digital. En particular, la app se adapta a una amplia variedad de sectores.. Esto la convierte en una opción ideal para agencias de marketing que necesitan entregar resultados de alta calidad en plazos ajustados.

Entre los factores que hacen atractiva a esta app, destaca su usabilidad, ofrece una interfaz intuitiva que permite a los equipos creativos trabajar de forma colaborativa y eficiente. También incorpora plantillas predefinidas, personalizables, y diseñadas según las mejores prácticas de marketing, lo que facilita la creación de contenido. La app cuenta con herramientas de automatización que optimizan el flujo de trabajo, reduciendo el tiempo necesario para generar campañas publicitarias y garantizando que los mensajes lleguen

al público adecuado. Otro factor clave es su integración multiplataforma, lo que permite que los anuncios se distribuyan de manera fluida a través de diferentes canales, incluyendo redes sociales, correo electrónico y sitios web.

9. Competencia en el Mercado

En el mercado actual, existen diversas aplicaciones orientadas a la creación y gestión de campañas publicitarias, lo que genera una competencia significativa. Algunas de las aplicaciones más populares incluyen Canva, Hootsuite, y AdEspresso, las cuales también ofrecen soluciones completas para el diseño, programación y análisis de contenido publicitario. Estas plataformas se dirigen tanto a profesionales del marketing como a usuarios sin experiencia técnica, proporcionando herramientas que simplifican la creación de anuncios.

Sin embargo, al comparar esta app con Canva, esta ofrece una amplia biblioteca de plantillas y opciones de personalización para diseño gráfico, nuestra app se enfoca más en la creación del contenido desde cero. Esto incluye la integración directa con diferentes plataformas de redes sociales y la posibilidad de gestionar campañas desde un único panel. En contraste con herramientas como Hootsuite, que prioriza la gestión de redes sociales, esta app se distingue por la creación y publicación de anuncios.

Uno de los diferenciadores clave de esta app es su enfoque especializado en publicidad, lo que la hace más robusta. Además, su capacidad de el despliegue de la publicidad en diversas redes es una ventaja frente a la competencia. Sin embargo, en cuanto a la diversidad de plantillas, puede estar un poco corta comparado con Canva.

10. Propiedad Intelectual

Las patentes pueden incluir innovaciones en la creación de contenido publicitario, integración con múltiples plataformas como redes sociales. La app está sujeta a licencias de software, que regulan el uso de ciertas bibliotecas o herramientas de terceros que se utilizan dentro de su desarrollo. Sin embargo, aún no han sido registradas estas patentes por lo tanto, otras aplicaciones pueden desarrollar funcionalidades similares.

11. Plataformas y Distribución

La app está diseñada para ser compatible con las principales plataformas móviles. Funciona tanto en iOS como en Android, lo que permite a los usuarios descargarla y utilizarla en la mayoría de los dispositivos móviles, incluidos teléfonos y tabletas. Con esta compatibilidad logramos tener presencia en el mercado Mexicano, ya que iOS y Android dominan el mercado móvil, con Android teniendo una mayor cuota de mercado, mientras que iOS suele ser preferido en regiones. La app se distribuye a través de las dos principales tiendas de aplicaciones: App Store de Apple y Google Play Store para Android.

Ambos canales son los medios más eficientes y de mayor alcance para distribuir aplicaciones móviles a una audiencia. El proceso de distribución incluye registrar la app en las tiendas, cumplir con los requisitos de

calidad y seguridad de cada plataforma, y someterse a revisiones por parte de las tiendas para garantizar que la aplicación cumple con sus políticas. Los costos asociados a la distribución son variados. Apple cobra una tarifa anual de \$99 dólares para mantener la app, mientras que Google cobra una tarifa única de \$25 por la inscripción en la Play Store. Además, tanto Apple como Google retienen un porcentaje de las ventas generadas a través de compras dentro de la app o suscripciones, un 15% de las ganancias.

12. Implicaciones y Problemáticas

El desarrollo y mantenimiento de una app de marketing presenta varios retos, por ejemplo, la escalabilidad a medida que la base de usuarios crece, es crucial que la infraestructura sea capaz de manejar una mayor carga sin afectar el rendimiento. Las caídas de servicio pueden perjudicar la experiencia del usuario y dañar la reputación de la empresa. Para evitar esto, se implementan monitoreo y redundancia.

Otro de los principales desafíos es el cumplimiento de las normativas de protección de datos, por ejemplo, leyes como el GDPR en Europa y la CCPA en California. Dado que la app maneja información sensible sobre los usuarios y sus campañas publicitarias, es necesario garantizar que los datos se almacenen y procesen de manera segura. Por otro lado, es esencial evitar el mal uso de los datos, como la creación de anuncios invasivos o la explotación de información personal. Desarrollar y mantener la app conlleva costos significativos, desde la contratación de desarrolladores hasta la infraestructura en la nube. Además, puede haber conflictos económicos por las comisiones de las tiendas de apps.

13. Cronograma de Desarrollo

El desarrollo de la app seguirá un cronograma dividido en varias fases clave, desde la planificación inicial hasta el lanzamiento final. A continuación, se detallan los tiempos estimados para cada fase del proceso:

1. Fase de Planificación y Requisitos (2 semanas)

- Definición de los objetivos de la app, análisis de las funcionalidades clave, identificación de requisitos técnicos y legales, y planificación del equipo de desarrollo.

2. Diseño de la Interfaz y Experiencia de Usuario (UX/UI) (3 semanas)

- Creación de wireframes y prototipos, diseño visual de la interfaz de usuario, pruebas iniciales de usabilidad para garantizar una experiencia fluida y atractiva.

3. Desarrollo de la App (6-8 semanas)

- Programación de la app para iOS y Android, integración de funcionalidades clave como la automatización de anuncios, conexión con plataformas de redes sociales, pruebas internas y depuración.

4. Pruebas Beta y Ajustes (4 semanas)

- Lanzamiento de la app en versión beta, recopilación de comentarios, corrección de errores y pruebas de usuario.

5. Lanzamiento Final (1 semana)

- Preparación para el lanzamiento en las tiendas de apps (App Store y Google Play), campaña de marketing para el lanzamiento, y monitoreo post-lanzamiento.

Tiempo total estimado: **14-17 semanas**

14. Análisis FODA

→ Fortalezas:

Innovación: El concepto de una app dedicada exclusivamente al marketing de afiliados para atraer y gestionar clientes es un enfoque nuevo en el mercado. Esta solución permite a los vendedores y clientes interactuar de manera rápida y eficiente, sin depender de intermediarios tradicionales o procesos lentos.

Facilidad de uso: El flujo de la app es sencillo: el cliente ingresa el código proporcionado por el vendedor, genera un ticket, y ambos pueden gestionar el proceso de marketing. No requiere conocimientos técnicos avanzados ni configuraciones complejas.

Incentivos claros para los vendedores: Los vendedores pueden obtener ingresos por cada cliente captado, incluso si el trato no se cierra, lo que aumenta la motivación para atraer usuarios. Este sistema fomenta la actividad constante por parte de los vendedores.

Escalabilidad: Al estar basada en una app, la solución tiene el potencial de expandirse a nivel global con pocos ajustes. El modelo es aplicable en diversas industrias y mercados que necesiten soluciones de marketing y publicidad personalizadas.

→ Oportunidades:

Expansión de mercado: Al tratarse de una solución novedosa, existen grandes oportunidades para capturar una parte significativa del mercado que actualmente no tiene acceso a herramientas de afiliación de marketing en formato de app. Esta innovación podría abrir nuevas puertas a la automatización del marketing de afiliados.

Alianzas estratégicas: La app tiene el potencial de establecer alianzas con agencias de marketing, compañías de diseño, y otros proveedores de servicios que complementen la oferta de la app, generando un ecosistema más robusto.

Crecimiento en el sector de servicios digitales: A medida que más empresas y clientes recurren a soluciones digitales para cubrir sus necesidades de marketing, la app puede posicionarse como una alternativa eficiente y accesible frente a los métodos tradicionales.

→ Debilidades:

Complejidad de la propuesta: El concepto, aunque innovador, puede resultar confuso para usuarios que no están familiarizados con el marketing de afiliados. Será necesario educar tanto a los vendedores como a los clientes para que comprendan el valor y la funcionalidad de la app.

Dependencia de los vendedores: El éxito del modelo depende en gran medida de la habilidad de los vendedores para atraer clientes y generar leads de calidad. Si los vendedores no están suficientemente motivados o capacitados, la app podría perder eficacia.

→ Amenazas

Competencia en el sector de publicidad: Existen muchas agencias de marketing y publicidad que ofrecen soluciones completas. Aunque no tienen apps similares, pueden reaccionar rápidamente y competir agresivamente en el mercado.

Cambio en las comisiones o incentivos: Si el sistema de comisiones para los vendedores no es lo suficientemente atractivo, podría reducir el interés de estos en utilizar la app. La competencia por captar la atención de los vendedores es alta en otros sectores de ventas y afiliación.

Posibles limitaciones legales: Las normativas sobre publicidad y marketing varían entre países, y será importante que la app cumpla con las regulaciones específicas de cada región, especialmente en temas de datos y protección al consumidor.

15. Tecnología Utilizada

★ Tecnología base:

- **Backend:** El sistema backend estará basado en un stack tecnológico moderno y escalable. Se utilizarán servidores en la nube para asegurar disponibilidad y flexibilidad. Node.js se empleará para gestionar las solicitudes y respuestas de la app, ya que es eficiente y permite una alta capacidad de manejo de conexiones simultáneas. Bases de datos SQL o NoSQL (como PostgreSQL o MongoDB) se utilizarán para almacenar la información de clientes, vendedores, tickets, y comisiones.
- **Frontend:** Se optará por Figma y React Native para desarrollar la app, asegurando así compatibilidad nativa tanto en dispositivos iOS como Android. Esto facilita la implementación multiplataforma sin sacrificar el rendimiento o la experiencia del usuario.

★ Lenguajes de programación y metodologías:

- **Lenguajes:** Para el backend, se empleará principalmente JavaScript/TypeScript con Node.js, mientras que para el frontend se utilizará React Native. Se seleccionan estos lenguajes por su capacidad de integración, flexibilidad y comunidad de desarrolladores activa.
- **Metodologías de desarrollo:** El proyecto adoptará metodologías ágiles como Scrum o Kanban. Esto permitirá una evolución continua de la app, priorizando iteraciones rápidas, retroalimentación constante, y capacidad de respuesta a las necesidades emergentes del mercado.

16. Alcance Multiplataforma

Inicialmente, la app será exclusiva para dispositivos móviles, disponible tanto en iOS como en Android. Sin embargo, se contempla la posibilidad de una expansión hacia una versión web o web app en el futuro. Esto

aumentaría la accesibilidad, permitiendo que los vendedores y clientes gestionen sus cuentas y transacciones desde cualquier dispositivo con acceso a internet.

17. Conectividad y Servicios en la Nube

Comunicación con el backend: La app se conectará con el backend a través de APIs RESTful. Las comunicaciones se encriptarán para asegurar la privacidad de los datos de los clientes y vendedores. El backend gestionará las solicitudes de los usuarios, como la creación de tickets, el registro de comisiones y la sincronización de datos.

Dependencia de la nube: Al ser una app de afiliación y marketing, la dependencia de la nube será alta. La información crítica, como los registros de clientes, comisiones, transacciones y tickets, se almacenará en la nube para asegurar que los datos se mantengan sincronizados y estén disponibles en todo momento para los usuarios. La app también se beneficiará de servicios externos para el análisis de datos y optimización de la experiencia del usuario.

18. Conectividad de la App

Tipos de conectividad: La app requerirá conexión a internet para su funcionamiento óptimo. Tanto el WiFi como los datos móviles serán necesarios para la sincronización de datos y la generación de tickets en tiempo real.

Sensores y dispositivos utilizados: La app no necesita utilizar sensores como el GPS o el acelerómetro, ya que su funcionalidad principal se centra en la gestión de datos y tickets para marketing. Sin embargo, podría explorar el uso de notificaciones push para mantener a los vendedores informados sobre nuevas comisiones o citas pendientes.

19. Integración con Gadgets y Apps Externas

La app puede beneficiarse enormemente de integraciones con gadgets y apps externas que potencien la experiencia del usuario, por ejemplo:

- Aplicaciones de CRM (Customer Relationship Management): Integrar con plataformas como HubSpot o Salesforce podría ayudar a los vendedores a gestionar sus clientes potenciales de manera eficiente. Así, desde la app, podrían actualizar el estado de sus prospectos, hacer seguimiento de interacciones, y automatizar correos electrónicos o mensajes de recordatorio, lo que incrementaría las oportunidades de cerrar tratos.
- Plataformas de Mensajería y Comunicación: Utilizar WhatsApp Business o Telegram para que los vendedores puedan contactar fácilmente con los clientes y agendar citas. Además, el chat de atención a clientes dentro de la app podría integrarse con estas plataformas para mejorar la accesibilidad y ofrecer respuestas rápidas.

Calendarios y Gestión de Citas: Integrar con Google Calendar o Calendly permitiría a los clientes agendar citas directamente desde la app una vez ingresan su código de ID. Esta función también le enviaría recordatorios automáticos tanto al cliente como al vendedor, optimizando la gestión del tiempo.

Herramientas de Pago: Utilizar servicios como Stripe o PayPal permitiría gestionar fácilmente las ganancias del vendedor y las transacciones con los clientes. El vendedor podría ver en tiempo real cuánto ha ganado por traer un nuevo cliente, y el cliente podría hacer pagos por los servicios de marketing contratados.

Plataformas de Diseño y Publicidad: Si uno de los servicios clave de la empresa es ofrecer diseño gráfico o creación de anuncios, se podrían integrar con herramientas como Canva o Adobe Spark. De esta manera, los clientes podrían visualizar ejemplos de anuncios o carteles en la app, lo que podría acelerar la toma de decisiones y cerrar tratos más rápidamente.

Analíticas y Seguimiento de Campañas: Para que los clientes puedan ver el impacto de las campañas publicitarias, se puede integrar con plataformas como Google Analytics o Facebook Ads. Esto permitiría a los clientes tener un resumen del rendimiento de sus campañas directamente desde la app.

20. Comunicación y Seguridad

Protocolos de comunicación: Miiles utilizará principalmente Internet (Wi-Fi y datos móviles) para la gestión de ventas, pagos y la interacción entre los vendedores y la plataforma. Sin embargo, la app también podría incorporar los siguientes protocolos para mejorar la experiencia del usuario:

Notificaciones push: Para alertar a los vendedores sobre nuevas oportunidades, ventas y actualizaciones de productos en tiempo real.

Bluetooth y NFC (en versiones futuras): Estas tecnologías podrían usarse para transacciones rápidas o pagos en persona, facilitando las ventas en eventos, tiendas físicas o encuentros directos entre emprendedores y clientes.

Posibles riesgos de seguridad:

Fraude financiero: Como la app gestiona transacciones monetarias, hay un riesgo inherente de fraude, estafas o intentos de acceso no autorizado a las cuentas.

Acceso no autorizado: Las cuentas de los vendedores pueden estar en riesgo de ataques de fuerza bruta o phishing.

Privacidad de datos: Existe el riesgo de que los datos personales o de transacciones de los usuarios se vean comprometidos si no se implementan medidas adecuadas de protección.

Medidas de mitigación:

Cifrado de extremo a extremo: Toda la comunicación de datos sensibles, como transacciones y datos personales, estará protegida con cifrado SSL/TLS para garantizar la seguridad.

Autenticación de dos factores (2FA): Para proteger las cuentas de los vendedores, se integrará 2FA, lo que añadirá una capa extra de seguridad al iniciar sesión.

Monitoreo de transacciones y alertas de seguridad: La app contará con un sistema de monitoreo para detectar transacciones sospechosas y generar alertas en tiempo real si se identifican actividades inusuales.

21. Mejoras Futuras

Posibles mejoras:

Incorporación de inteligencia artificial (IA): En versiones futuras, se podría mejorar la personalización de recomendaciones de productos y estrategias de marketing utilizando IA. Esto permitiría sugerir productos basados en las preferencias y comportamiento de los usuarios.

Automatización de reportes financieros: Una futura mejora podría ser la automatización de reportes financieros detallados para que los emprendedores puedan visualizar sus ganancias, comisiones y proyecciones futuras de manera clara.

Integración de nuevas pasarelas de pago: Ampliar las opciones de pago, como aceptar criptomonedas o pagos internacionales, para aumentar la accesibilidad y atraer a más usuarios.

Mejoras en la interfaz de usuario: Con el crecimiento de la plataforma, se podrían realizar ajustes en la experiencia del usuario para optimizar la navegación, mejorar la accesibilidad y hacer la plataforma más intuitiva.

Expansión a mercados internacionales: A largo plazo, Miiles podría expandirse a otros países de América Latina, adaptando la plataforma a los diferentes contextos económicos y legales de cada región.

22. Flujo de Datos

1. **Cliente descarga la app** y se registra.
2. **El vendedor proporciona su código ID** al cliente, que funciona como un identificador único.
3. **El cliente ingresa el código** del vendedor en la app, generando un ticket para solicitar una cita o servicios de publicidad.
4. **El vendedor envía la información** del cliente a la compañía a través de la app, detallando lo que necesita el cliente.
5. **La compañía evalúa la solicitud**, realiza la propuesta y, si se cierra el trato, se registra la comisión para el vendedor.
6. **El vendedor puede ver en la app** la cantidad de dinero generado, su código ID y el historial de clientes y transacciones.

24. Aprendizajes y Reflexiones

Aprendizajes

Modelo de Marketing de Afiliados: La estructura que se ha planteado muestra cómo se puede incentivar a los vendedores a atraer nuevos clientes mediante un sistema de comisiones. Este enfoque no solo beneficia a los vendedores, sino que también ayuda a la empresa a expandir su base de clientes de manera efectiva.

Importancia de la Usabilidad: Se está considerando el diseño de UI/UX. Esto es fundamental para la aceptación de la app. Teniendo una interfaz intuitiva y fácil de usar puede hacer que tanto vendedores como clientes se sientan cómodos utilizando la aplicación, lo que puede aumentar la retención y la satisfacción.

Seguimiento de Rendimiento: La inclusión de un ID y un sistema para rastrear las ganancias es crucial. Esto no solo proporciona transparencia a los vendedores sobre su desempeño, sino que también permite a la empresa analizar qué estrategias de marketing están funcionando mejor.

Relación entre Vendedores y Clientes: El hecho de que los vendedores tengan un papel activo en la búsqueda de clientes resalta la importancia del contacto humano en el marketing. Esto puede crear relaciones más fuertes y confiables entre la empresa y sus clientes.

Flexibilidad en Comisiones: La idea de ofrecer diferentes niveles de comisiones según si el trato se cierra o no permite una flexibilidad interesante. Esto puede motivar a los vendedores a seguir buscando clientes, incluso si algunos no se convierten en ventas inmediatas.

Reflexiones

Innovación en Marketing: La propuesta es innovadora, especialmente porque no hay muchas aplicaciones específicas de marketing de afiliados. Esto puede ser una oportunidad única en el mercado, lo que podría atraer tanto a vendedores como a empresas que buscan publicidad.

Simplicidad y Comunicación: La comunicación clara sobre cómo funciona el proceso, tanto para vendedores como para clientes, es clave. Asegúrate de que ambos grupos entiendan fácilmente su papel y las expectativas, lo que puede ayudar a evitar confusiones.

Adaptabilidad: Este modelo puede requerir ajustes conforme se reciba retroalimentación. Escuchar a los usuarios y estar dispuestos a adaptar la aplicación y el proceso según sus necesidades será esencial para el éxito a largo plazo.

Construcción de Comunidad: Fomentar una comunidad entre los vendedores puede ser beneficioso. Crear espacios donde puedan compartir experiencias y consejos podría enriquecer la experiencia y motivar a otros a mejorar sus estrategias de venta.

Éxito: Define métricas claras para medir el éxito de la app. Esto no solo incluirá el número de nuevos clientes, sino también la satisfacción del vendedor y del cliente, lo que permitirá una mejora continua.

Conclusión

Referencias