



Actividad | #2 |

Transformación Digital y Funnel de Conversión

Negocios Digitales

Ingeniería en Desarrollo de Software



TUTOR: Humberto Jesús Ortega Vázquez

ALUMNO: Oscar Esteban Sánchez Leyva

FECHA: 13/Noviembre/2025

ÍNDICE

ÍNDICE	2
DESARROLLO	3
PROPUESTAS DE DISEÑO	3
ACCESO AL SITIO WEB	9
ETAPAS DE FUNNEL DE CONVERSIÓN	12
REFERENCIAS.....	17

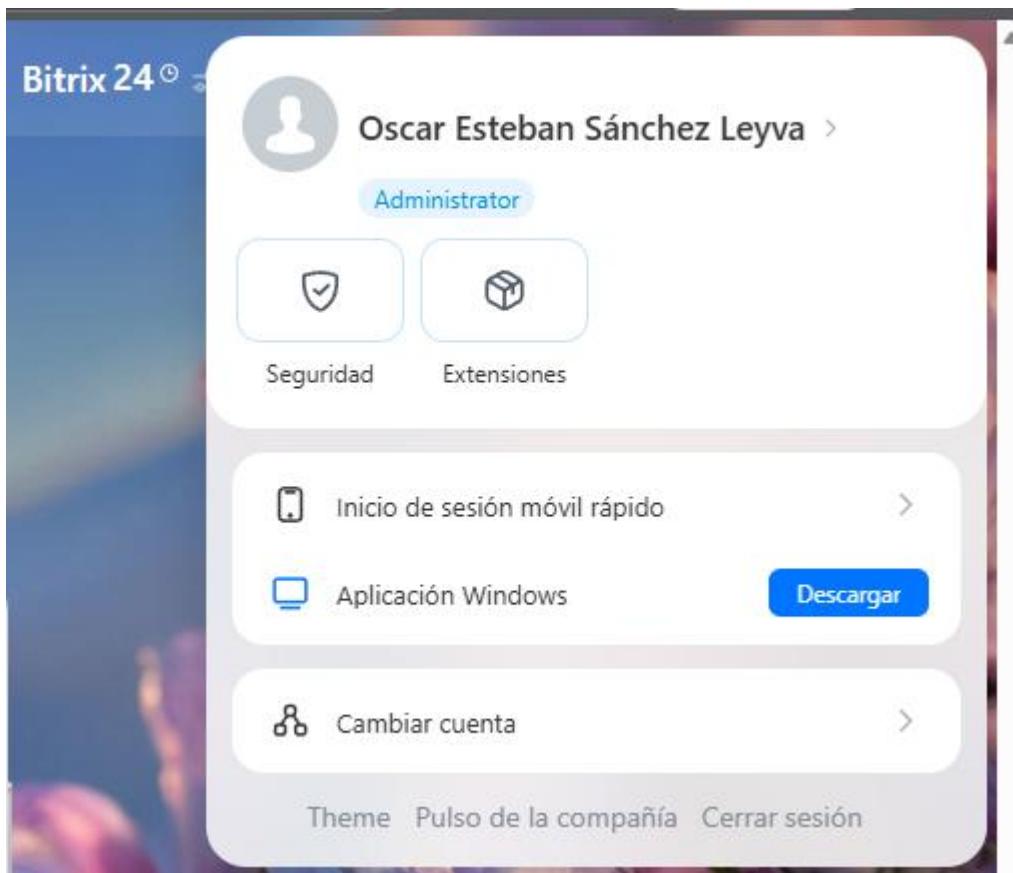
DESARROLLO

PROPUESTAS DE DISEÑO

Acceso y configuración inicial en Bitrix24

1. Inicia sesión en tu cuenta de Bitrix24.

Para comenzar, accede a tu cuenta personal o corporativa en Bitrix24 mediante el navegador web o la aplicación dedicada.



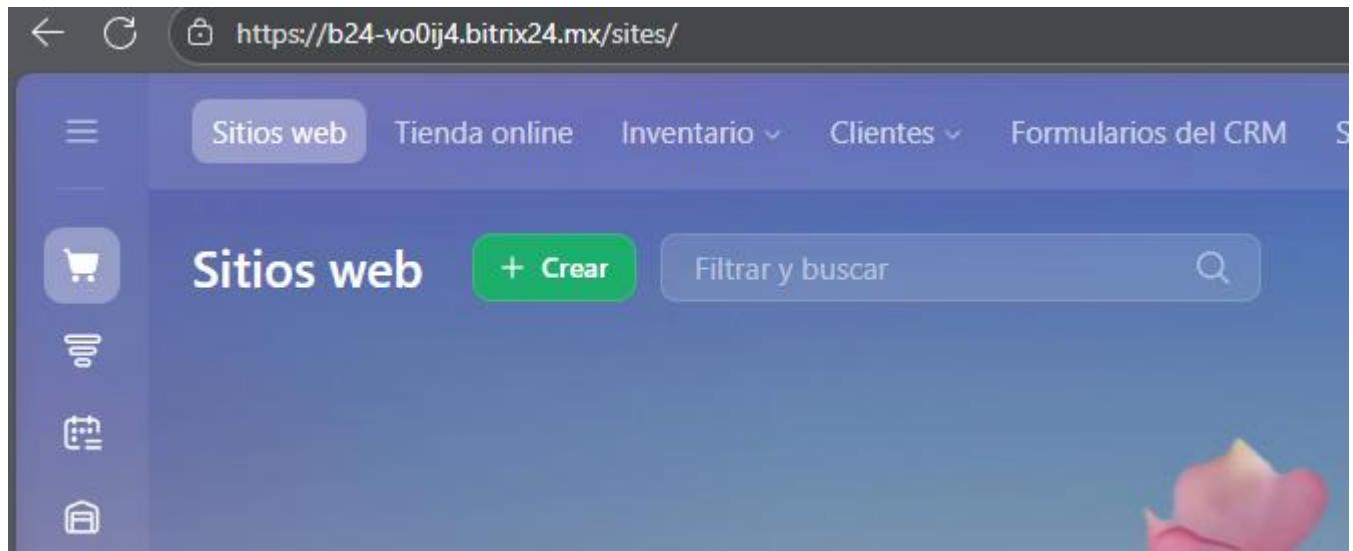
2. Explora el menú lateral.

Ubica el panel de navegación en el lado izquierdo de la pantalla y selecciona la opción denominada Sitios y Tiendas. Dentro de esta sección, haz clic en Sitios. Esto te redirigirá al espacio donde puedes gestionar o crear nuevos sitios web.

The screenshot shows the Bitrix24 Market interface. At the top, there's a navigation bar with the Bitrix24 logo, the text "Bitrix24.Market" and "Más de 640 aplicaciones", a "Catálogo" button, a "Site templates" dropdown, and a search bar. Below the navigation, a large promotional banner for "CoPilot" is displayed. The banner features the text "Create your own website with CoPilot" and a central icon of a smartphone displaying a website layout. A green "Create now" button is at the bottom right of the banner. To the right of the banner, a sidebar highlights "70+ ready-made" website designs, showing two examples: one with a sunset background and another with a colorful geometric pattern. Each example includes a "Gratis" button, a heart icon for favoriting, and a download count of 2092.

3. Creación de un nuevo sitio web

Para generar un nuevo sitio, selecciona la opción Crear sitio y elige la alternativa Desde plantilla. Bitrix24 pondrá a tu disposición una amplia gama de plantillas prediseñadas y editables que podrás personalizar conforme a los requerimientos de tu organización.



4. Selección de una plantilla moderna

Es recomendable optar por plantillas visualmente atractivas y con un diseño profesional, especialmente adecuadas para sectores como tecnología o servicios especializados. A continuación, se sugieren algunos ejemplos:

- **Tech:** Recomendada para empresas del sector tecnológico.
- **Consultoría:** diseñada para negocios dedicados a servicios profesionales.
- **Smart Solutions:** moderna y adaptativa, ideal para propuestas innovadoras.

Bitrix24® Sites | Empty template |

Agregar un bloque

+ AGREGAR BLOQUE

Favoritos

Cubrir

Texto

Texto e imágenes*

Imágenes y galería

Vídeo

Título

Columnas

Botones y enlaces

Cuenta regresiva del ev...

Transiciones y separado...

Menú del sitio web y en...

Barra lateral

Pie de página del sitio ...

Formulario del CRM

Noticias

Programar

Equipo

Cubrir con fondo de diapositivas

Cubrir con una imagen de fondo

Cubrir con una imagen de fondo, sin botón

5. Asignación de un nombre al sitio web

Finalmente, asigna un título a tu sitio web que refleje su propósito o identidad corporativa. Por ejemplo, The Smart House Company. Este nombre será utilizado como el título del proyecto y constituirá la base del dominio interno dentro de Bitrix24.



QUÉ SE VA A VENDER (OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS)

VALOR AÑADIDO (PROPUESTA DE VALOR ÚNICA)

A QUIÉN SE LE VA A VENDER (SEGMENTACIÓN DEL MERCADO)

OFERTA COMERCIAL

PROPIUESTA DE VALOR

SEGMENTO DE MERCADO

La empresa proporcionará kits inteligentes diseñados para optimizar distintas áreas de la vivienda (incluyendo iluminación, climatización, seguridad y eficiencia energética).

Además, se pondrán a disposición servicios complementarios como instalación profesional, mantenimiento periódico y asistencia técnica a través de plataformas digitales.

Optimización del consumo eléctrico con una reducción estimada de hasta un 30%.

Asesoramiento técnico gratuito a través de una aplicación móvil y chatbot integrado.

Facilidad de conectividad y control remoto desde dispositivos móviles.

Servicio postventa enfocado en el monitoreo remoto para garantizar el rendimiento óptimo de las soluciones implementadas.

The Smart House Company se orienta a los siguientes perfiles de clientes:

- Familias urbanas preocupadas por incrementar la eficiencia energética en sus hogares.
- Propietarios de viviendas recientes interesados en automatizar sus espacios con tecnología avanzada.
- Pymes y oficinas que deseen disminuir sus costos operativos relacionados con el consumo energético.

Esta etapa representa la fase inicial en el proceso de desarrollo de un sitio web dentro de la plataforma Bitrix24. Durante este paso, el usuario es guiado desde el acceso a la herramienta hasta la elección de una plantilla y la asignación de un nombre al proyecto. Al concluir esta fase, se estará preparado para proceder con la personalización y el diseño del contenido del sitio en las etapas posteriores.

Inicie sesión en Bitrix24. (s. f.). <https://b24-vo0ij4.bitrix24.mx/sites/site/1/view/1/>

ACCESO AL SITIO WEB

1. Poner el sitio en línea

Cuando finalices el diseño o las modificaciones de tu sitio, simplemente haz clic en el botón Publicar ubicado en la esquina superior derecha del editor de Bitrix24.

Al realizar esta acción, Bitrix24 carga tu sitio en la web y lo hace accesible al público, ya que hasta ese momento solo se encontraba en modo edición o borrador.

The screenshot shows the Bitrix24 interface for managing websites. On the left, there's a vertical sidebar with various icons. The main area is titled "Sitios web" with a "+ Crear" button. A search bar with a magnifying glass icon is also present. Below the title, there's a preview window showing a mobile device screen with a user profile icon and a delete button. A card below it displays "Empty template" and a phone number "+123456789". To the right, there's a callout box with the text "¿Necesita ayuda con su sitio web?" and a link "Enviar la solicitud de implementación a nuestros socios". At the bottom, there are three buttons: "Negociaciones" (with a bar chart icon), "Marketing" (with a star icon), and "Cookies" (with a cookie icon). A large blue button on the right says "HACER UN PEDIDO AHORA".

2. Bitrix24 asigna un dominio automático

Al momento de publicar el sitio, Bitrix24 genera automáticamente un enlace web (URL) con un formato específico:

<https://smarthouseoesl.bitrix24.site/>

El nombre del sitio está abreviado a partir del nombre de la compañía, **The Smart House Company**, junto con las letras iniciales de mi nombre completo.

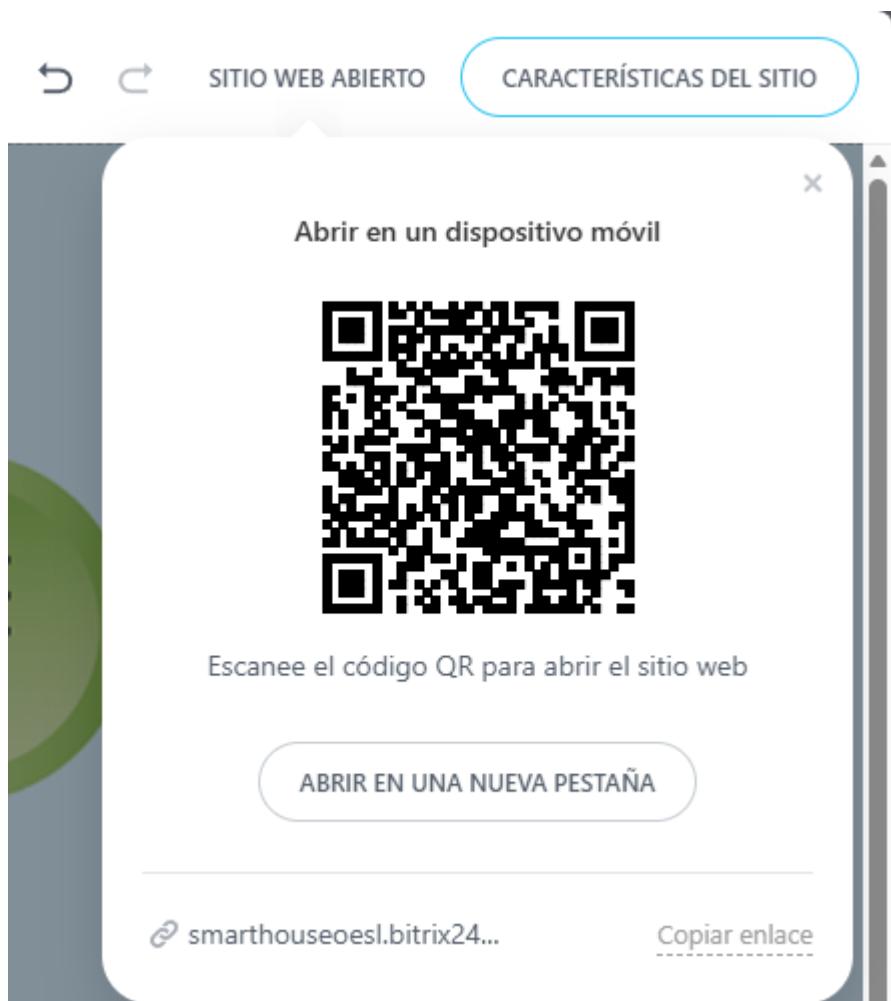
Este dominio será temporal o gratuito, proporcionado por Bitrix24, y puede ser compartido con clientes o compañeros para que accedan al sitio.

The screenshot shows the Bitrix24 interface for managing site URLs. On the left, there's a vertical sidebar with icons for navigation. The main area has a header bar with a back arrow, a refresh icon, and a URL field showing <https://b24-vo0ij4.bitrix24.mx/sites/site/1/>. Below the header, the title "Subdominio de Bitrix24" is displayed. On the left, under "URL del sitio", there's a section titled "Subdominio de Bitrix24" with a blue button labeled "Dominio propio". On the right, under "Subdominio de Bitrix24", there's a form field asking "Introduzca el nombre del subdominio: ?" with the value "https:// smarthouseOESL". A green message below the field says "¡Este dominio está disponible!". At the bottom right of the form is a blue "GUARDAR" button. The overall theme is light gray with blue highlights for active sections.

3. Duplicar y distribuir el enlace

Tras haber generado el enlace, se debe copiar y adjuntar al documento de entrega correspondiente.

De este modo, el evaluador tendrá acceso directo al sitio web para visualizar el producto final.



El segundo paso implica publicar tu sitio web para que sea visible en Internet, obtener un enlace generado por Bitrix24 y compartirlo para su revisión o difusión. Opcionalmente, puedes optimizar su presentación vinculándolo a un dominio personalizado.

ETAPAS DE FUNNEL DE CONVERSIÓN

El funnel de conversión, también conocido como embudo de ventas, describe el camino que sigue un usuario desde el momento en que descubre una marca hasta que se transforma en un cliente leal. En esta etapa, se ajusta el sitio web con el propósito de orientar a los usuarios a lo largo de cinco fases clave. Cada una de estas etapas tiene un objetivo definido, una estrategia digital específica y elementos visibles que destacan dentro del sitio para facilitar su progreso.

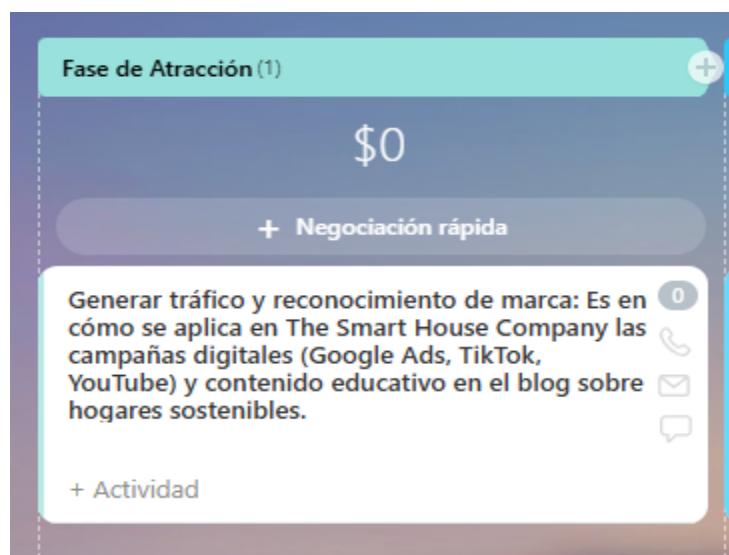
1. Fase de Atracción

Objetivo: Incrementar el reconocimiento de la marca y generar tráfico hacia el sitio web.

Estrategia utilizada: Compartir contenido atractivo en plataformas como redes sociales (TikTok, YouTube, blog educativo) u optar por campañas de publicidad en Google Ads. La idea principal es captar el interés de personas que aún no tienen conocimiento sobre la empresa.

Elementos destacados en el sitio:

- Blog con artículos de valor informativo.
- Videos que muestran cómo funciona el producto o servicio.
- Implementación de técnicas de SEO para mejorar la visibilidad en buscadores.
- Incorporación de testimonios o reseñas en la página principal para generar confianza.



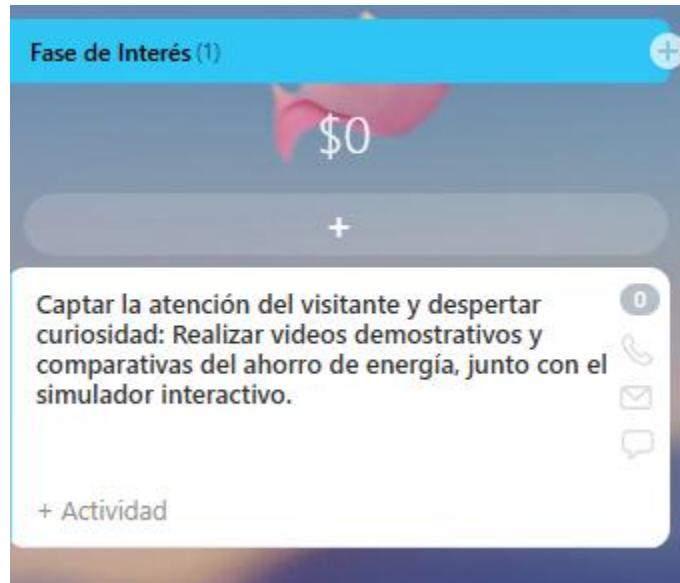
2. Fase de Interés

Objetivo: Captar y sostener la atención del visitante en la página, estimulando su interés en los servicios o productos ofrecidos.

Estrategia implementada: Exponer beneficios claros y atractivos, tales como ahorro económico, manejo remoto o asesoramiento gratuito, con el objetivo de motivar al usuario a reflexionar sobre la utilidad que estos podrían brindarle.

Elementos destacados:

- Sección "Razones para elegirnos", diseñada para reforzar la confianza del visitante.
- Íconos e imágenes que subrayan las ventajas específicas del producto, favoreciendo su visualización y comprensión.
- Mensajes breves y persuasivos que describen los beneficios de manera directa y efectiva.



3. Fase de Deseo

Objetivo: Lograr que el visitante perciba el producto o servicio como la solución perfecta para sus necesidades.

Estrategia implementada: Incorporar testimonios auténticos de clientes, realizar comparaciones con otras alternativas del mercado y emplear diseños visualmente llamativos que motiven el deseo de adquirirlo.

Elementos destacados:

- Slider o galería con reseñas reales de clientes satisfechos.
- Espacio dedicado a “Historias Reales” que muestre casos de éxito concretos.
- Chatbot interactivo o una demostración en vivo del producto para captar la atención del usuario.



4. Fase de Acción

Objetivo: Se centra en alcanzar la conversión, incentivando al visitante a realizar una acción específica, como efectuar una compra, registrarse o solicitar una asesoría.

Estrategia implementada: Se utilizan llamados a la acción (CTA) destacados y accesibles, tales como "Compra ahora" o "Solicita tu asesoría gratuita", diseñados para atraer la atención y facilitar la interacción.

Elementos clave:

- Botones de acción con diseño claro y funcional.
- Formularios sencillos para contacto o registro.
- Carrito de compra y chat en línea disponibles para brindar atención directa e inmediata.



5. Fase de Fidelización

Objetivo: Fortalecer la relación con el cliente, garantizando su satisfacción y fomentando que promocione la marca entre otros.

Estrategia implementada: Desarrollar un programa de referidos, ofrecer opciones de suscripción o servicios de mantenimiento, así como divulgar contenido relevante y actualizado que ayude a consolidar la conexión con el cliente.

Elementos destacados:

- Zona dedicada a la suscripción mensual o acceso a un boletín informativo.
- Blog con novedades y recomendaciones prácticas.
- Vínculos hacia redes sociales para garantizar un contacto constante y directo.



Este paso tiene como objetivo ajustar el diseño y el contenido del sitio web a las cinco etapas del embudo de conversión, asegurando que cada visitante obtenga la información y el estímulo adecuados de acuerdo con su posición en el proceso. De este modo, se busca aumentar las conversiones y fomentar la fidelidad de los clientes.

Inicie sesión en Bitrix24. (s. f.-b). <https://b24-vo0ij4.bitrix24.mx/crm/deal/kanban/category/0/>

REFERENCIAS

- Funnel de conversión: Qué es y cómo utilizarlo en tus estrategias de marketing digital.*
(s. f.). <https://www.adsmurai.com/es/articulos/funnel-de-conversi%C3%B3n-qu%C3%A9-es-y-c%C3%B3mo-utilizarlo-en-tus-estrategias-de-marketing-digital>
- Jaramillo, E. (2025, 27 agosto). Funnel de conversión: qué es, etapas y cómo crearlo paso a paso. *Blog del E-commerce*. <https://www.tiendanube.com/blog/funnel-de-conversion/>
- Felipe Vergara. (2023, 24 octubre). **X** ¿Qué son los EMBUDOS DE VENTA y por qué NO FUNCIONAN? [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=HHFOn1IDKUA>
- Tomas, D. (2025, agosto 26). Embudo de conversión: ¿qué son el TOFU, MOFU y BOFU? *Cyberclick.es*. <https://www.cyberclick.es/que-es/embudo-de-conversion-tofu-mofu-bofu>