

Actividad | 2 | Transformación Digital y Funnel de Conversión.

Negocios Digitales.

Ingeniería en Desarrollo de
Software.



TUTOR: Humberto Jesús Ortega Vázquez.

ALUMNO: Ramón Ernesto Valdez Felix.

FECHA: 01/03/2024

Índice

Introducción	3
Descripción	3
Justificación	4
Desarrollo.....	5
Propuestas de diseño	5
Acceso al sitio web	5
Etapas de funnel de conversión.....	6
Conclusión	7
Referencias.....	8

Introducción

En la segunda actividad de la materia de Negocios Digitales, nos plantea realizar la documentación necesaria donde actualmente la transformación digital se apropia de los negocios tradicionales, esto para la creación de un modelo de negocio que requiere el ser actualizado en la digitalización, donde el modelo de negocio estable las base sobre las que la empresa crea, proporciona y capta valor a través de un complejo de rutinas interdependientes que se descubren, ajustan y matizan mediante la acción. Se genera como una idea de negocio y se representa como una propuesta del modelado de negocio, se utilizara la información con la que se realizó la primera actividad del modelo de negocio requerimos tener reuniones donde tengamos lluvias de ideas de que es lo que queremos representar en el modelado utilizar la herramienta de la generación de las ideas, la realización del diagrama, notas de todo aquello que nos permita llegar a requerimiento esperado de manera correcta para el uso del modelado de negocios.

Descripción

En esta actividad uno entregaremos el documento del proyecto de nombre “Transformación Digital y Funnel de Conversión” utilizando la documentación de la segunda actividad y tomando como base la información de la actividad uno para el desarrollo de esta actividad que nos pide la creación, análisis de la información proporcionada para plasmar en este documento el meto del modelado de un negocio, el cual nos lleva a tener reuniones con el cliente que tienen un modelo de negocio tradicional al cual apoyara para la trasformara de su modelo tradicional a un modelado actual y digitalizado. Para realizar la trasformación requerimos el tomar nota de todo lo relevante para el desarrollo de los segmentos solicitados, en una reunión de lluvia de ideas que se realizarán con el cliente que nos servirá para la herramienta de generación ideas, así como realizar los diagrama. Con estos datos es importante establecer que el describir lo que se integre en el organizador para interpretar de manera correcta las ideas.

Justificación

En esta segunda actividad trabajaremos con la construcción de la documentación de la transformación digital y funnel de Conversión de la actividad y la materia de negocios digítale que estamos cursando donde estaremos delimitado información que llevaremos al documento a entregar utilizando los siguientes puntos de referencia para el correcto uso del método de negocio de la actividad uno y la documentación de la actividad dos:

- Utilizar la información de la documentación de la actividad uno.
- Subirlo al GitHub el documento realizado compartiendo el link para que pueda consultar el docente o maestro.
- Utilizar las preguntas siguientes en el llenado de la documentación a entregar.
 - ¿Qué se va a vender y con qué valor añadido?
 - ¿A quién se le va a vender?
 - ¿Cómo llegar al cliente?
 - ¿Cómo convertir la propuesta de valor en dinero? (modelos de monetización).
 - ¿Cómo organizar los recursos?
 - ¿Cómo reaccionarías frente a los cambios?
 - ¿es rentable este negocio?
- Modelo de negocio Canvas.
- Registrar lecciones aprendidas.
- Revisar previamente investigaciones y sustentar las ideas
- Aplicar cualquier herramienta que posea las funcionalidades requeridas para cumplir el objetivo de esta actividad.

Desarrollo:

En este punto de la actividad realizaremos el modelo de negocio de una empresa de venta de smartphone donde estamos transformando la manera tradicional a un trabajo digital e híbrido a través de la venta de dispositivos móviles smartphones desde nube, disponible en la red online para los clientes digitales. de trabajo a la documentación y el desarrollo del modelado de un negocio con el método tradicional y transformarlo al método digitalizado utilizando el modelo de negocio canvas, con el cual estaremos trabajando para el desarrollo de este proyecto, en este punto mostraremos el modelo digitalizado e iremos desglosándolo cada punto, dando una explicación breve y llenado de manera correcta cada pregunta que se nos solicita utilizar en el proyecto de modelo de negocio.

Link: [GitHub](#)

Propuestas de diseño.

En este punto de la pregunta actividad de la materia métodos digitales se omitirá y se continuada con la Etapas de funnel de conversión.

Acceso al sitio web.

En este punto de la pregunta actividad de la materia métodos digitales se omitirá y se continuada con la Etapas de funnel de conversión.

Etapas de funnel de conversión.

En este punto mostraremos la gráfica del embudo de conversión explicando de manera breve cada una de los puntos del embudo esto para dar una mejor explicación del modelo de negocio de venta de smartphone en la república mexicana, aquí en las imágenes siguientes mostramos dos ejemplos de embudos de conversión con los que se estará tratando de dar la explicación de la documentación.



Embudo de conversion

Atracción: En esta fase de embudo se muestran nuestros productos por medio de publicidad, redes sociales, videos de publicitarios en aplicaciones de streaming y en la página de la empresa de venta de los dispositivos smartphone. Se tiene definido por categorías de búsqueda de los dispositivos más comprados, de marcas reconocidas en la telefonía de smartphone.

Interacción: En esta fase del embudo el cliente empieza a interactuar de manera mas interesada ya que encontro el producto que esta buscando y empieza a seleccionar el smartphone a su carrito de compras para realizar el listado de productos que se desea adquirir. O se enfocan en las ofertas, promociones que estan manejando en el sitio de ventas de dispositivos smartphone de nuestra tienda digitalizada, utilizan su apartado de carrito de compras y despues proceden con la adquisicion de la compra del productos añadiendo los datos solicitados para la compra del producto.

Conversión: En esta fase de embudo como mejor deseo realizamos la siguiente actividad con los clients que nos compra nuestros productos, en la compra de \$10 mil pesos le damos un smartphone de la misma marca y modelo a mitad de precio si se realiza desde la app de paypal, si se utiliza el pago con la tarjeta de los bancos Banorte, Banamex y Bancomer se aplica la promocion de 12 o 9 meses sin intereses con el metodo de las tarjetas bancarias. En caso de ser cliente frecuente cambia su record y se aplican mas veneficios a estos clientes de la empresa.

Fidelizar: En esta fase de embudo se le da el seguimineto satisfaccion del cliente realizando encuestas sobre satafaccion de la compra realizada, el servicio que se brindo, envois y recepcion del producto entregado. Con todos estos infomacion de clientes y encuntras podemos tener el reporte de eficioencia y servicio brindado al cliente esto para seguir creciendo como empresa y como prestadora de servicio de venta de smartphone. Tambien nos sirve como linea base para aplicar ofertas en los meses de mayor compra o menor venta para asi tener mas atraccion de clientes.

Conclusión

En conclusión: En este aspecto, el embudo de conversión nos puede resultar de gran ayuda, puesto que además de su función puramente métrica de determinar los usuarios que vamos perdiendo, también nos puede ayudar a optimizar las distintas fases en base a la toma de las mejores decisiones en cada uno de los pasos que va dando el usuario. Un análisis del comportamiento de los usuarios en las distintas fases del embudo de marketing nos va a permitir:

Saber en qué momento los usuarios se caen del embudo. Por ejemplo, un porcentaje de abandono muy alto en el momento en que los usuarios dejan sus datos en un formulario puede ser indicativo de que este no esté bien señalado o diseñado.

Detectar errores y áreas de mejora. Siguiendo con el ejemplo anterior, la clave para mejorar la conversión puede ser crear un formulario más visible, atractivo o, simplemente, más sencillo. O por

ejemplo, si detectamos un porcentaje de abandono muy alto en el embudo de ventas, podemos trabajar en crear una oferta comercial más atractiva para el buyer persona.

Referencias

GitHub: Let's build from here. (n.d.)

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>