

Plan de Ventas

- **Características y el potencial del producto:**

Aplicación móvil con el objetivo de ayudar a gestionar tiempo y tareas.

Características principales:

- ❖ Registro de tareas con fecha y hora de entrega, nivel de dificultad, descripción y pasos requeridos.
- ❖ Recordatorios diarios mediante notificaciones sobre tareas próximas.
- ❖ Recompensas por terminar tareas a tiempo de la forma de puntos para obtener insignias y cosméticos.
- ❖ Versión gratuita con anuncios y límite de tareas; versión de pago sin anuncios y más cantidad de tareas.
- ❖ Diseño intuitivo y accesible.

El potencial del producto se encuentra principalmente entre los estudiantes universitarios, quienes suelen enfrentar dificultades para organizar sus tareas o completarlas a tiempo sin generar conflictos. Por ello, la aplicación puede ayudarlos a optimizar su tiempo, mejorar su organización y mantener la motivación durante sus estudios.

- **Público objetivo:**

El público objetivo son los estudiantes universitarios, principalmente de universidades públicas. Sin embargo, la aplicación también puede ser de utilidad para personas de otros niveles educativos o profesionales que deseen mejorar su organización y gestión del tiempo.

- **Competidores:**

- ❖ **Todoist:** Plataforma popular para la gestión de tareas con integración multiplataforma, aunque con un enfoque más profesional que estudiantil.
- ❖ **Google Tasks:** Herramienta sencilla y gratuita, pero con funciones limitadas y sin incentivos de gamificación.
- ❖ **Notion:** Ofrece una gestión muy completa, aunque su curva de aprendizaje es más alta y no está específicamente dirigida a estudiantes.
- ❖ **Habitica:** App que combina tareas con elementos de juego, pero se centra más en hábitos que en tareas académicas.

Ventaja competitiva: Nuestra aplicación combina la simplicidad de uso con elementos de gamificación (puntos, insignias) enfocados a la productividad académica, además de ofrecer recompensas y recordatorios adaptados a la vida universitaria.

- **Objetivos a lograr durante el ejercicio empresarial de un año:**

- ❖ Alcanzar 10,000 descargas totales en la tienda de aplicaciones.
- ❖ Lograr una base activa de al menos 4,000 usuarios mensuales.
- ❖ Conseguir 500 suscripciones premium durante el primer año.
- ❖ Establecer 3 alianzas institucionales con universidades o centros educativos.
- ❖ Obtener una valoración promedio de 4.5 estrellas en la tienda de aplicaciones.

- **Metas que nos permitan alcanzar nuestros objetivos de ventas, posicionamiento y reconocimiento:**

- ❖ Incrementar la visibilidad digital mediante campañas en redes sociales y marketing de contenido.
- ❖ Fomentar la fidelización de usuarios a través de un sistema de recompensas y logros.
- ❖ Posicionar la app como una de las 5 principales opciones de productividad estudiantil en México.
- ❖ Aumentar el reconocimiento de marca mediante alianzas estratégicas y presencia en eventos universitarios.
- ❖ Mantener una tasa de retención de usuarios del mínimo 60% mensual.

- **Estrategias de venta que vamos a poner en práctica para alcanzar los objetivos comerciales:**

- ❖ **Freemium con incentivos:** atraer usuarios con una versión gratuita y motivarlos a pasar al plan premium mediante beneficios exclusivos.
- ❖ **Gamificación y recompensas:** fomentar el uso constante con puntos, insignias y personalización dentro de la app.
- ❖ **Campañas segmentadas en redes sociales:** anuncios dirigidos a estudiantes universitarios según intereses y ubicación.

- ❖ **Promociones temporales:** descuentos o periodos gratuitos del plan premium para nuevos usuarios o referidos.
- ❖ **Alianzas institucionales:** acuerdos con universidades para ofrecer beneficios exclusivos a sus alumnos.
- ❖ **Marketing de contenidos:** creación de publicaciones y videos sobre organización, productividad y estudio efectivo.
- **Tácticas y acciones que se llevarán a cabo para mejorar el funcionamiento del negocio (debe contar con un plazo determinado de ejecución, un coste y un retorno de inversión):**
 - ❖ Optimización de la aplicación
Mejorar la interfaz, optimizar el rendimiento en dispositivos de gama baja y corregir errores.
Duración estimada: 3 meses.
Costo estimado: \$7,000 MXN.
Retorno esperado: Incremento del 20% en la satisfacción de usuarios.
 - ❖ Campaña de marketing digital
Publicidad dirigida a estudiantes de universidad mediante redes sociales (como Facebook).
Duración estimada: 1 meses.
Costo estimado: \$6,000 MXN.
Retorno esperado: Incremento del 20% en nuevos usuarios y del 10% en usuarios activos.
 - ❖ Implementación de encuestas de retroalimentación
Enviar encuestas dentro de la app para conocer sugerencias y detectar fallos.
Duración estimada: 2 meses.
Costo estimado: \$3,000 MXN.
Retorno esperado: Reducción del 25% en quejas.
 - ❖ Alianza con universidades
Establecer convenios con universidades para ofrecer planes con descuento a estudiantes, a cambio de promoción institucional.
Duración estimada: 4 meses.
Costo estimado: \$5,000 MXN.
Retorno esperado: Incremento del 10% en suscripciones premium y del 15% en nuevos usuarios.
 - ❖ Desarrollo de la aplicación
Desarrollo de una aplicación funcional.
Duración estimada: 4 semanas.
Costo estimado: \$10,000 MXN.

- **Definir los canales y mecanismos de llegada que permitan tanto atraer y captar nuevos clientes:**

- ❖ Redes sociales: Campañas publicitarias y publicaciones en plataformas como Instagram y Facebook, donde los estudiantes universitarios son más activos, con la finalidad de obtener nuevos usuarios.
- ❖ Colaboraciones con universidades: Convenios para planes con descuento y promocionar la app en portales o eventos académicos, con la finalidad de obtener nuevos usuarios y aumentar la cantidad de usuarios en el plan de pago.
- ❖ Tienda de aplicaciones: Optimización de la descripción e imágenes en Google Play para mejorar la visibilidad y atraer descargas orgánicas.
- ❖ Programa de referidos: Implementar un sistema que recompense a los usuarios por invitar a otros (mediante puntos o acceso temporal a funciones premium), con el objetivo de incrementar la cantidad de usuarios.
- ❖ Videos tutoriales propios: Creación de videos demostrativos sobre el uso de la app, mostrando sus características, funcionalidades y beneficios. Publicados en el canal oficial de la app con el objetivo de mantener a los usuarios actuales activos y atraer nuevos usuarios interesados en mejorar su organización y productividad.