

Actividad | 2 |

Transformación Digital y Funnel de

Conversión

Negocios digitales

Ingeniería en Desarrollo de Software



TUTOR: Humberto Jesús Ortega Vázquez

ALUMNO: Christian Ivan Ibarra Corrales

FECHA: 5 de noviembre de 2023

Portada.....	1
Índice.....	2
Introducción:.....	3
Descripción:	3
Justificación:	3
Desarrollo:	4
Propuestas de diseño:.....	4
Acceso al sitio web:.....	4
Etapas de funnel de conversión:.....	6
Conclusión:	6

Introducción:

Teniendo en cuenta la idea de la actividad 1 y hablando sobre Transformación Digital ha revolucionado la forma en que las empresas interactúan con los clientes, llevando a la evolución de estrategias de marketing y ventas. Una de las herramientas fundamentales en este contexto es el Funnel de Conversión, una metodología que ha cobrado relevancia para comprender y optimizar el recorrido del cliente desde la toma de conciencia hasta la conversión. Este enfoque estratégico no solo impulsa la eficiencia en el proceso de ventas, sino que también mejora significativamente la experiencia del cliente.

Descripción:

La Transformación Digital se ha convertido en un cambio fundamental para las empresas en la era actual, permitiendo la integración de tecnologías innovadoras para mejorar sus operaciones y relaciones con los clientes. En este marco, el Funnel de Conversión se erige como un modelo que descompone las etapas del proceso de compra del cliente en una serie de fases clave, permitiendo a las empresas comprender mejor el comportamiento del consumidor.

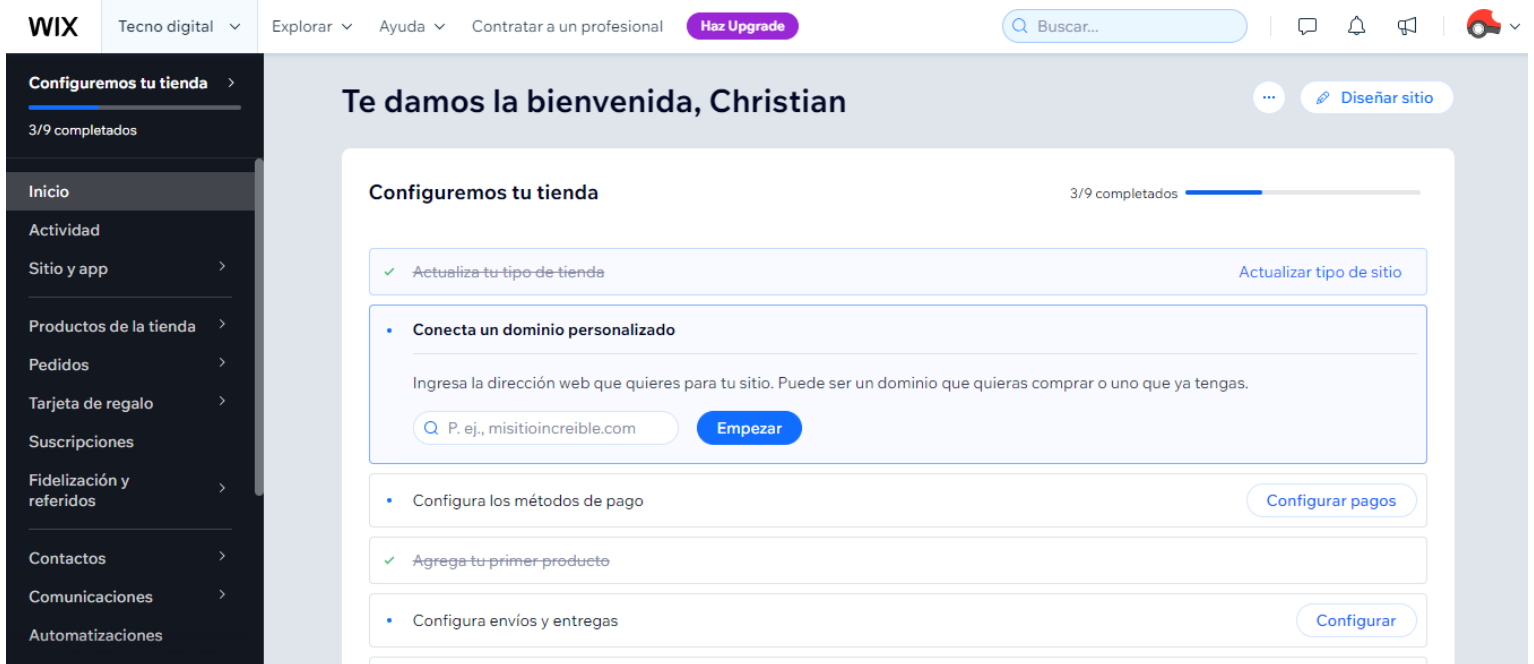
Justificación:

La adopción de la Transformación Digital se ha vuelto imperativa para la supervivencia y el crecimiento empresarial en un mercado altamente competitivo. En este contexto, el uso del Funnel de Conversión se justifica debido a su capacidad para analizar de manera sistemática cada etapa del proceso de ventas, identificar posibles obstáculos y áreas de mejora, permitiendo a las empresas optimizar sus estrategias de marketing y ventas.

Desarrollo:

Propuestas de diseño:

La propuesta que escogí fue la plataforma de WIX ya que fue la ubicación que me dio que no tenía tráfico de acceso y se me facilitó lo simple que es la página, mi único detalle que fue me pedía los medios de pago cada vez que hacía una modificación.



Acceso al sitio web:

1. Conciencia:

Enfoque: Captar la atención de los usuarios.

Estrategia: Contenido relevante y llamativo, como blogs, redes sociales, SEO, anuncios, etc.

Adaptaciones en el sitio web: Landing pages que presenten información general sobre la marca o el producto, sin ser demasiado promocionales.

2. Interés:

Enfoque: Generar interés y retener la atención.

Estrategia: Ofrecer contenido más detallado y valioso, como guías, infografías, vídeos, demostraciones, etc.

Adaptaciones en el sitio web: Páginas que profundicen en la solución ofrecida, testimonios de clientes, comparativas y ventajas sobre la competencia.

3. Consideración:

Enfoque: Facilitar la toma de decisiones informadas.

Estrategia: Proporcionar información específica para resolver dudas, como casos de estudio, pruebas gratuitas, comparaciones detalladas, etc.

Adaptaciones en el sitio web: Sección de preguntas frecuentes, chat en vivo para atención al cliente, demostraciones interactivas y pruebas gratuitas.

4. Intención:

Enfoque: Dirigir al usuario hacia la toma de acción.

Estrategia: Ofrecer incentivos o garantías que impulsen la decisión, como descuentos, pruebas gratuitas con registro, testimonios específicos, etc.

Adaptaciones en el sitio web: Páginas específicas con llamados a la acción claros, formularios de registro, garantías y políticas de devolución o satisfacción.

5. Acción:

Enfoque: Convertir a los usuarios en clientes.

Estrategia: Simplificar el proceso de compra o suscripción, recordatorios de carrito abandonado, ofertas de tiempo limitado, entre otros.

Adaptaciones en el sitio web: Página de compra clara, fácil y segura, botones de compra destacados, procesos de registro simplificados y opciones de pago variadas.

Como pude ver videos tutoriales en base en meterse más en páginas web para poder desarrollar mas en las compras de productos al momento de realizar compras y la logística para tener oficialmente la pagina web y dar más a fondo de detalles para los usuarios y se constante al momento de tener la mejor comunicación.

Etapas de funnel de conversión:

<https://ciic270390.wixsite.com/tecno-digital>

Tecno digital



[Inicio](#) [Quiénes somos](#) [Contacto](#) [El equipo](#) [Tienda](#)



Visítanos

Un poco de como quedo el ejemplo de la pagina web, construir una pagina web es mucha dedicación de tiempo siempre y cuando llegas a relacionar los productos, en mi caso fue la venta de equipos telefónicos para clientes que siempre están en constante moda.

Conclusión:

En conclusión, la sinergia entre la Transformación Digital y el Funnel de Conversión proporciona a las empresas las herramientas y el enfoque necesarios para comprender a profundidad a sus clientes, optimizar sus estrategias de marketing y ventas, y mejorar significativamente la tasa de conversión. Esta combinación no solo maximiza la eficiencia y la efectividad en la conversión de clientes potenciales en clientes reales, sino que también potencia la competitividad y el crecimiento sostenible en un mercado en constante evolución.

Referencias:

wix.com

<https://ciic270390.wixsite.com/tecno-digital>

<https://github.com/ciic2703/TareasCoppel>