

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Aplicación móvil para mascotas “Animal Friendly”

Trabajo de grado

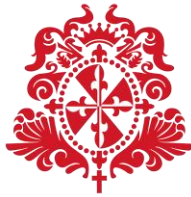
Gisell Lorena Briceño López

Luisa Fernanda Sanchez Guevara

Bogotá D.C

2022

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Aplicación móvil para mascotas “Animal Friendly”

Trabajo de grado

Gisell Lorena Briceño López

Luisa Fernanda Sanchez Guevara

Hernán Cruz

Administración en Logística y Producción

Administración en Negocios Internacionales

Bogotá D.C

2022

Agradecimientos

Queremos empezar dándole gracias a Dios por permitirnos tener tan buena experiencia dentro de la institución, gracias a nuestra Universidad por permitirnos convertirnos en ser profesionales en lo que tanto nos apasiona, gracias a cada maestro que hizo parte de este proceso integral de formación, que deja como producto terminado este grupo de graduados, u como recuerda y prueba viviente en la historia, este trabajo de grado que perdurará dentro de los conocimientos y desarrollo de las demás generaciones que están por llegar.

Gracias a Dios por otorgarnos una familia maravillosa, quienes han creído en nosotros siempre, dándonos ejemplo de humildad, respeto y sacrificio, enseñándonos a valorar todo lo que tenemos. A todos ellos dedicamos este trabajo, porque han fomentado en nosotros, el deseo de superación y de triunfo en la vida. Esperamos contar siempre con su valioso e incondicional apoyo.

Finalmente agradecemos a quien lee este apartado y más nuestro trabajo de grado, por permitirnos nuestras experiencias, investigaciones y conocimiento, incurrir dentro de su repertorio de información mental.

Dedicatoria

El presente trabajo lo dedicamos principalmente a Dios por ser quien guía nuestros caminos y nos acompaña en cada uno de los pasos que damos y nos ha permitido llegar a este punto de nuestras vidas en el cual estamos por culminar una de las etapas más importantes y llenas de aprendizajes que nos han forjado como personas.

A nuestras familias por ser el apoyo y la roca base de nuestra vida que nos impulsó a emprender un camino lleno de amor y aprendizajes para convertirnos en las mujeres que somos y seremos, esperando convertirnos en un orgullo para ustedes y el reflejo del esfuerzo de cada día.

Finalmente, dedicamos este proyecto a los directivos y maestros de la Universidad del Rosario que nos han permitido hacer parte de esta comunidad y formar nuestro camino profesional, con aprendizajes que llenaron de oportunidades y conocimiento nuestra vida.

Tabla de contenido

Glosario	7
Resumen	9
Palabras clave	9
Abstract	10
Key Words	10
1. Análisis	11
1.1. Antecedentes	11
1.2 Definición del objetivo principal	13
Misión	14
Visión	14
1.5 Análisis de la competencia	15
1.6 Análisis matriz DOFA	16
1.7 Análisis de audiencias (Buyer persona)	18
2. Objetivos	27
2.1 Planteamiento de objetivos SMART	27
3. Estrategias	28
3.1 Estrategia de contenidos	28
3.2 Estrategia Social Media	29
4. Cronograma	29
5. Resultados KPI's	30
6. Presupuesto	30
7. Bibliografía	30

Índice de Figuras y gráficas

Figura 1: Matriz de competencia _____	15
Figura 2: Análisis matriz DOFA _____	17
Tabla 1: <i>Análisis de Buyer Person Daniel Pachajoa</i> _____	19
Tabla 2: <i>Análisis de buyer person Sofia Parada</i> _____	23
Figura 3: Cronograma plan de Marketing _____	29

Glosario

- ADS: es la abreviatura de la palabra en inglés “advertising” que significa publicidad.
- App: Las apps son programas dirigidos fundamentalmente a smartphones y tabletas y caracterizados por ser útiles, dinámicos, fáciles de instalar (unos pocos clicks) y sencillos de manejar. Algunas de ellas dependen de Internet para funcionar (por ejemplo, las asociadas a redes sociales, las noticias, la información meteorológica, etc.
- Exclusividad: Circunstancia de ser exclusivo, que pertenece o es propio de una sola persona, un grupo de personas o una cosa.
- Giveaways: Es una estrategia de interacción con la/las marca(s) que tiene que objetivo aumentar el tráfico en las redes sociales y el conocimiento de la marca.
- Influencers: Personas con influencia en los cambios de hábito de consumo o decisiones de compra de un público específico con sus opiniones, preferencias o intereses compartidos.
- Landing page: Es una página dentro de un sitio web que tiene como objetivo convertir a los visitantes del sitio en leads o compradores mediante una oferta digital.
- Leads: Persona o empresa que demuestra algún interés en los productos y/o servicios ofrecidos.
- Pet-Friendly: Todo negocio o establecimiento comercial que afirma sentirse identificado con esta filosofía, permite el ingreso de seres humanos en compañía de perros y gatos domesticados.
- Pet-Lovers: Es aquella persona que ama profundamente a los animales y en especial a su mascota, tienen una conexión máxima con su fiel compañero y hace todo para que no le falte nada.

- Pet-Shop: Una tienda de mascotas o tienda de animales es un comercio al por menor dedicado a la venta de productos para mascotas como alimentos, juguetes, snacks, cepillos, y accesorios para mascotas en general.
- Premium: Premium es un adjetivo que se utiliza para calificar a un servicio o un producto de características especiales, de calidad superior a la media. Lo habitual es que lo premium sea un privilegio destinado a aquellos consumidores que pagan un monto adicional.
- Social ADS: Es la publicidad que se generan las marcas en las diferentes redes sociales con el fin de llegar a más público, más allá de sus seguidores.
- SEO: Es el posicionamiento generado en los buscadores digitales y la optimización de motores de búsqueda que contribuyen a la visibilidad del sitio web de la marca en los resultados orgánicos de los buscadores.
- Suscripción: La suscripción es la acción que realiza un usuario cuando quiere recibir una serie de servicios, noticias, o productos a un precio determinado, o de forma gratuita.

Resumen

En este proyecto mostraremos un servicio de una aplicación móvil que tiene como exclusividad nuestras mascotas, escogimos esta aplicación ya que las aplicaciones móviles han pasado a ser una manera rápida de ser un conocimiento más, a ser una necesidad debido a una rápida implantación y evolución en las plataformas móviles. Animal friendly va a ir dirigida a los amantes de las mascotas comenzando en la ciudad de Bogotá, para así brindarles una comodidad y facilidad al alcance de su teléfono móvil, será asequible para cualquier persona, ya que con esta mostraremos lugares cercanos a la ubicación donde se encuentren y podrán conocer establecimientos que no conocerán y será más fácil encontrar Pets shop, veterinarias 24 horas, restaurantes para perros y establecimientos que cuentan con la modalidad de pet friendly sin tener que buscar exhaustivamente. En la siguiente investigación mostraremos la descripción de las 7 p's que impactarán nuestro servicio, costos, exclusividad del producto, nuestra misión y visión, la implementación de estrategia en el mercado, como vamos a generar impacto con nuestros clientes para así tener una mayor satisfacción para ellos. También encontrarán nuestro impacto sostenible que tendremos en la aplicación que será una campaña de cómo cuidar a sus mascotas y como tener un buen comportamiento de ellos en sitios públicos para así tener un mejor ambiente con toda la sociedad. Bogotá cuenta con más de 8 millones de habitantes los cuales cuenta con 20 localidades y cada uno representa una mayor cantidad de mascotas en sus hogares, esto nos muestra que nuestro mercado será extremadamente grande y allí podremos comenzar a generar impacto con nuestra aplicación.

Palabras clave: Aplicación, exclusividad, mascotas, comodidad, facilidad, asequible, impacto sostenible, hogares

Abstract

In our modern world, inclusion has become a hot topic that has omitted to a certain extent the newest extension to our families, our pets. Nowadays we seem to not be able to find places to go out with them, it has become increasingly difficult to find trustworthy vets, and there's simply not enough options to choose from when looking for things for our little loved ones. Together, we came up with the idea of a mobile application that would be exclusively for pet related things. We chose this to be a mobile application as they have become increasingly popular amongst users, and make it easier for us to reach a wider audience. Animal friendly will be chiefly directed to pet lovers all around the city of Bogota, so as to provide them with the ease and comfort of finding a myriad of options at the tap of a screen. It can become the affordable and time effective option for pet owners to find multiple places to take their pets to, as we can provide them with connections to pet stores, veterinarians, and restaurants that allow the entrance for our furry friends, without having to thoroughly seek through multiple websites to find said places. With this our goal is to help the general public make decisions based upon reviews, that can give them a certain level of confidence in who takes care of our pets, making it an app that all family members can use to take care of their loved ones.

We have designed a marketing plan which aims to generate a greater digital reach of our brand and thus be able to attract more people and attract more traffic to our social networks and website.

Keywords: Websites, app, marketing plan, traffic, social networks

1. Análisis

1.1. Antecedentes

La industria veterinaria es una de las industrias de mayor crecimiento en los últimos años en todo el mundo, y es que la industria de los animales en Colombia creció alrededor de 5 veces más después de facturar \$60 USD millones en el año 2000 a facturar \$300 USD millones en el 2018 de acuerdo a Fenalco, lo que lo convierte en un mercado en expansión y una oportunidad para emprender en esta industria.

La recuperación económica en la que está envuelta el país tras la pandemia generada por el COVID-19 ha hecho que la tecnología juegue un papel muy importante hoy en día convirtiéndose en un nuevo reto para las empresas en auge que quieren entrar a competir en el mercado actual. Según lo esperado por expertos económicos, así como en la recuperación económica nacional, también se espera una proyección de crecimiento para los mercados de las tiendas de mascotas, guarderías, colegios, peluquerías y hoteles para animales domésticos en el cual habría una oportunidad para las empresas entrantes al mercado.

Se han evidenciado diferentes factores que influyen en el crecimiento del sector animal las cuales son:

- En 2018, la empresa Nielsen realizó un estudio el cual determinó que las categorías en las que más se ha impulsado el crecimiento de la industria de las

mascotas en el país es el de la comida para animales el cual ha crecido un 3% y los cuidados fármacos crece un 15%

- El DANE determinó la tendencia en los hogares colombianos a reducir la cantidad de hijos en el hogar y aumentar la tenencia de las mascotas en reemplazo.
- Según una encuesta realizada por Fenalco el 43% de los hogares en Colombia poseen una mascota, por un total de alrededor de 3 millones y medio de mascotas de los cuales 67% son perros y 18% gatos.
- Actualmente existe una fuerte conexión emocional entre las personas y sus mascotas, al punto de considerarlas como parte de la familia.
- La importancia de las mascotas en el entorno familiar ha tenido un impacto en el aumento de lugares “pet friendly” que son espacios en donde las mascotas tienen un espacio adaptado para que puedan ingresar.
- Existe un aumento en la oferta de servicios complementarios al cuidado de la mascota, extendiéndose a servicios tales como paseadores, funerarias, seguros de vida, entre otros.
- Existe un aumento en eventos pet lover
- Actualmente existe un incremento de perfiles en las redes sociales de perfiles de mascotas en los cuales comparten el día a día o fotos de ellas.
- Colombia es el cuarto país latinoamericano en liderar el sector de las mascotas, en el cual obtiene un crecimiento del 13% anual según las cifras obtenidas por Euromonitor international de 2016
- En 2018 en Colombia hubo un incremento en las cifras históricas en materia de adopción de animales de compañía con un total registrado de 828 animales

rescatados fuera de las adopciones que se llevaron a cabo en las instituciones sin ánimo de lucro.

Teniendo en cuenta lo anterior esta industria tiene una proyección de crecimiento que está abierto a los nuevos emprendedores entrantes al mercado, especialmente con el mundo digital en donde actualmente este cada vez toma más fuerza y se está posicionando como uno de los métodos más favorecedores que tienen las empresas para poder llegar a su público objetivo.

Como una forma de querer acomodarse a todo esto surge Animal Friendly, una app de fácil acceso a través de las plataformas de descarga la cual trae como objetivo brindar a aquellos petlovers la posibilidad de cuidar a su mascota y hacer seguimiento a salud de ella, brindando diferentes beneficios a quienes decidan descargarla ya que inicialmente es una app en donde pueden encontrar el historial médico de su mascota para poder tenerlo a la mano en caso de cualquier inconveniente y generar alarmas recordatorias para el consumo de algún medicamento en caso de ser necesario, adicionalmente ayuda a encontrar espacios pet friendly tales como restaurantes, parques etc para que las personas se pueda programar y puedan conocer en donde no van a tener ningún inconveniente de ingreso con su mascota y así mismo encontrar los centros médicos más cercanos en caso de presentarse una emergencia. Adicionalmente, Animal Friendly ofrece mediante sus aliados productos de calidad y confianza como alimentos, accesorios y cualquier cosa que puedan necesitar con la seguridad de unos productos confiables para sus clientes.

1.2. Definición del objetivo principal

La empresa tiene como objetivo principal llegar a convertirse en la aplicación para animales de mayor descarga del mercado colombiano, inicialmente va a iniciar operaciones en la ciudad de Bogotá sin embargo se plantea seguir creciendo a las grandes ciudades de Colombia y en un futuro poder expandirse a más territorios en Latinoamérica, por esto la empresa se plantea la siguiente misión y visión:

Misión

Somos una aplicación de gran utilidad y con valor para todo amante de los animales que promueve una interacción fácil e inmediata entre dueños que quieran encontrar la pareja ideal, veterinarias y distintos lugares para su mascota, de una manera rápida, segura, sencilla y al alcance de un click. De igual forma, promover el adecuado cuidado de los animales, promoviendo políticas de higiene y bienestar animal, contribuyendo a solucionar problemáticas sociales.

Visión

Para el 2025 nos convertiremos en una de las opciones más reconocidas en el mercado nacional e iniciaremos con el mercado Internacional, para todos los amantes de mascotas y

personas con necesidades para el cuidado y bienestar animal. Para ello, incluir nuevos servicios además de los que ofrecemos actualmente, incrementando los que vayan surgiendo debido al cambio provocado por las necesidades de nuestros usuarios.

1.3. Análisis de la competencia

Análisis de la Competencia			
Competencia	Sitio Web	Posicionamiento SEO	Redes Sociales
+Kota	https://maskota.com	Medio	Facebook, Instagram
11pets	https://www.11pets.com/es	Alto	Facebook, Twitter, Youtube, Instagram
Laika	https://laika.com.co/	Alto	Facebook, Instagram
Pet Master Pro	No tiene dominio	No	No tiene redes sociales
Petco	https://www.petco.com/shop/en/petcostore	Medio	Facebook, Instagram
PetNGo	https://www.petngo.com.mx/	Alto	Facebook, Instagram
Puppis	https://www.puppis.com.co/	Medio	Facebook, Instagram
Mascotas bichos (Pet Sjop)	https://www.mascotasbichos.com/	Medio	Facebook, Instagram
Happy cats & dogs	https://happycatsanddogs.co/	Medio	Facebook, Instagram
Dogo	https://www.dogocolombia.com/	Alto	Facebook, Instagram
Dog Training	No tiene dominio	No	No tiene redes sociales
Dog clicker Training	No tiene dominio	No	No tiene redes sociales
Movet	https://www.movet.co/	Medio	Facebook, Twitter, Youtube, Instagram
Distrito Apoonial	No tiene dominio	No	No tiene redes sociales

Competencia	Publicidad Digital	Otros canales digitales	Estrategia Digital	Ventaja Competitiva
+Kota	Facebook Ads, Google Ads	App Móvil	Marketing Móvil - App	Fondo de inversiones, compra de plataforma con experiencia y venta de diferentes productos.
11pets	Facebook Ads	App Móvil, Mail	Contenido y ofertas en redes sociales (Facebook)	Servicio al cliente y soporte
Laika	Facebook Ads, Google Ads	App Móvil	Marketing Móvil - App	Entregas el mismo día, pago contraentrega
Pet Master Pro	N/A	App Móvil	Marketing Móvil - App	Venta del app por Amazon
Petco	Facebook Ads	App Móvil	Contenido y ofertas en redes sociales	Omnicanalidad con plataformas de entrega como Rappi y Cornershop
PetNGo	Facebook Ads	App Móvil, Mail	Marketing Móvil - App	Diferentes métodos de pago
Puppis	Facebook Ads, Google Ads	App Móvil	Contenido y ofertas en redes sociales	Seller o vendedores dentro del marketplace de Mercado Libre
Mascotas bichos (Pet Shop)	Facebook Ads	App Móvil	Marketing Móvil - App	Constantemente promociones y precios especiales
Happy cats & dogs	Facebook Ads	App Móvil	Marketing Móvil - App	Excelente relación precio-calidad
Dogo	Facebook Ads	App Móvil	Contenido y ofertas en redes sociales	Varias alianzas con competidores
Dog Training	N/A	App Móvil, Mail	Marketing Móvil - App	Productos innovadores
Dog clicker Training	N/A	App Móvil	Contenido y ofertas en redes sociales	Productos innovadores
Movet	Facebook Ads	App Móvil	Contenido y ofertas en redes sociales	Medicina a domicilio
Distrito Apoonial	N/A	App Móvil, Mail	Contenido y ofertas en redes sociales	Opción de adoptar una mascota

Figura 1: Matriz de competencia

Elaboración propia

Consideramos que nuestros mayores competidores son:

- Pet Master Pro. Es una aplicación en donde los datos, alergias, expediente veterinario, todo está siempre a mano y se puede subir cuando el cliente lo desee. El énfasis principal de nuestra App es enfocarnos en los datos y en el expediente veterinario para evitar malos entendidos a la hora de que el animal deba acudir al veterinario. Básicamente esta aplicación reúne toda la información de tu mascota, es decir funciona como carnet en línea, puedes registrar los datos del animal, incluir sus desparasitaciones, vacunas, próxima cita al veterinario o algún padecimiento que en ese momento tenga. Puedes subir una fotografía y anexar datos oficiales por ejemplo su número de chip o registro de legitimidad etc.
- Laika: Esta aplicación tiene un enfoque diferente, sin embargo, lo consideramos competencia directa porque posee todos los productos y servicios para la mascota. Tiene la opción de pedir a domicilio el producto que necesita el respectivo animal. Alimentos, Accesorios y mucho más, de igual forma, maneja una EPS para mascotas

1.4 Análisis matriz DOFA



Diagnostico externo	Diagnostico interno	Fortalezas 1. Propuesta de valor: modelo de negocio rentable 2. Accesibilidad de la aplicación a su público objetivo mediante la web y la app móvil con fácil descarga en la Appstore y Play Store 3. Cuenta con un diseño fácil de manejar y práctico adicionalmente cuenta con un diseño de página atractivo para sus clientes 4. Variedad de distribuidores en sus productos y servicios para ofrecer al público un portafolio de los mismos para que ellos se puedan adaptar a este	Debilidades 1. Inversión inicial alta para poder iniciar operaciones en la construcción de la App y la logística de distribución 2. Inexperiencia frente a la competencia
	Oportunidades 1. Digitalización del mundo a raíz de la pandemia que incentivó el uso de aplicaciones para hacer sus compras 2. Incremento en el número de personas que actualmente tienen una mascota en su hogar 3. Crecimiento del sector de las mascotas 4. Baja cantidad de aplicaciones enfocadas a los cuidados de las mascotas	Estrategia FO: Ampliar la comunicación de la marca y su propuesta de valor incursionando en un mercado en crecimiento y poco explorado llegando a su público objetivo por medio de las redes sociales y los diferentes ADS	Estrategia DO: Implementación de estrategias que aumenten la presencia digital de la marca, aumentando su visibilidad frente al público objetivo para poder crear un posicionamiento de la marca con su publicidad digital
Amenazas 1. Entrada de nuevos competidores 2. Políticas gubernamentales de regulación de los mercados digitales	Estrategia FA: fortalecer las estrategias de comunicación con aliados estratégicos rentables que permita ofrecer una variedad de productos al público objetivo	Estrategia DA: Reforzar la presencia de la marca aumentando el contacto con los clientes y leads resaltando los beneficios ofrecidos por la empresa y su diferenciación frente a la competencia	

Figura 2: Análisis matriz DOFA

Elaboración propia

Fortalezas:

- Propuesta de valor: modelo de negocio rentable
- Accesibilidad de la aplicación a su público objetivo mediante la web y la app móvil con fácil descarga en la Appstore y Play Store
- Cuenta con un diseño fácil de manejar y práctico adicionalmente cuenta con un diseño de página atractivo para sus clientes
- Variedad de distribuidores en sus productos y servicios para ofrecer al público un portafolio de los mismos para que ellos se puedan adaptar a este

Debilidades:

- Inversión inicial alta para poder iniciar operaciones en la construcción de la App y la logística de distribución
- Inexperiencia frente a la competencia

Oportunidades:

- Digitalización del mundo a raíz de la pandemia que incentivó el uso de aplicaciones para hacer sus compras
- Incremento en el número de personas que actualmente tienen una mascota en su hogar
- Crecimiento del sector de las mascotas
- Baja cantidad de aplicaciones enfocadas a los cuidados de las mascotas

Amenazas:

- Entrada de nuevos competidores
- Políticas gubernamentales de regulación de los mercados digitales
- Acceso a los canales de distribución

1.5 Análisis de audiencias (Buyer persona)

Tabla 1

*Análisis de Buyer Person Daniel Pachajoa***Daniel Pachajoa**

Daniel es una persona trabajadora que no tiene mucho tiempo para estar en casa

Es Gerente general de una firma de abogados

Vive lejos del trabajo, actualmente Daniel vive en Rosales y trabaja en la 26

Es casado, tiene 2 hijos y desde pequeño decidió tener animales en su hogar

Información Demográfica:

Daniel tiene 28 años, cumple 29 años el 10 de Enero

Tiene un ingreso mensual de \$6'000.000 y su esposa tiene un ingreso mensual de promedio de \$5'000.000 para un total de ingresos por familia de \$11'000.000

Identificadores:

Daniel se preocupa por el bienestar de sus mascotas, desde pequeño está acostumbrado a cuidar y tener mascotas en su hogar, por esta razón es prioridad para él que sus mascotas tengan calidad de vida.

Él no tiene mucho tiempo libre para dedicarle a sus mascotas debido al trabajo que tiene (Normalmente el horario de trabajo es de 7am-9pm) por esta razón, Daniel no puede brindarle todo el tiempo necesario a sus mascotas.

Daniel prefiere delegar las diferentes tareas, tanto en el trabajo como en las tareas del hogar, busca apoyarse en diferentes personas o aplicaciones para brindarle calidad de vida a sus mascotas.

Objetivos:

Ser un apoyo para las familias, que no deban preocuparse del trato a sus mascotas o del servicio que se les brindará

Brindar un excelente servicio, en donde el cliente tenga la confianza suficiente en nosotros

Retos:

Una persona con alta cantidad de trabajo, con poco tiempo y con varias tareas de hogar.

Responsable de 2 hijos y de 3 mascotas.

Poca ayuda de parte de los demás miembros de la familia, necesita buscar ayuda y apoyo por otros lados.

¿Cómo podemos ayudar?

Facilitarle la vida al cliente, sabemos que tiene varias tareas en el hogar relacionadas con su mascota, nuestro compromiso es brindarle la calidad de vida que merecen estos animales y de igual forma, que el cliente nos vea como un apoyo en su vida

Brindar confianza y satisfacción a nuestros clientes, que puedan realizar sus actividades laborales sin estar preocupándose de sus mascotas, nosotros les brindaremos la mejor calidad de vida a los animales.

Comentarios:

“No tengo tiempo para dedicarle a mis mascotas, hay días en los que me toca llegar del trabajo cansada a dedicarme a ellos”

“He tratado de buscar varios servicios que me ayuden con mi problema, sin embargo no me dan mucha confianza”

“Hemos buscado un servicio o aplicación, sin embargo, no encontramos una aplicación en donde encontremos todo lo que nuestras mascotas necesitan para el diario vivir”

Quejas comunes:

Tengo constante preocupación de dejar a mis animales en personas que no les de el mejor trato

No quiero tener que desgastarme más con un servicio o aplicación que solo me va a generar más gastos y nada de recompensas. Necesito un servicio en donde encuentre todo lo que necesito para mis animales.

Mensaje de Marketing:

¡El bienestar de tu mascota es nuestra prioridad!

Mensaje de Ventas:

Con Animal Friendly, queremos generar la confianza necesaria de los diferentes usuarios, que se sientan cómodos utilizando nuestra app, de modo que esta aplicación se convierta en su primera opción al momento de buscar servicios de bienestar animal.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2

Análisis de buyer person Sofia Parada

Sofia Parada

Sofía, es actualmente gerente de Marketing del Éxito, es un trabajo donde debe viajar mucho, especialmente a Medellín y por tiempos muy largos.

Ella es casada, su esposo es piloto de avión, por esta razón no pasa la mayoría de su tiempo en casa.

Esta pareja tiene 1 hijo de 15 años y 2 perros que decidieron tener en el hogar para que su hijo aprendiera el cuidado animal y el bienestar y respeto que las mascotas necesitan.

Información Demográfica:

Sofía tiene 32 años y tiene un ingreso mensual de \$14'000.000. Actualmente se encuentra en Medellín realizando unas campañas de Marketing, cuando le agendan estos viajes es por tiempo indefinido.

Identificadores:

Sofía es una persona amante de los animales, sus papás la acostumbraron siempre a tener la compañía de una mascota. Por esta razón, tiene 2 perros en casa, con el propósito de hacerle compañía a ella y a su familia.

Actualmente, Sofía tiene programados muchos viajes, debido al trabajo, tiene una agenda apretada que no le permitirá estar en casa con su familia y mascotas. Los días que no tiene programados viajes o estar en otra ciudad tiene un horario laboral de 8am-5pm que muchas veces se extiende 3-4 horas por temas laborales.

Para Sofía, una de las cosas más importantes es la salud de sus mascotas, por esta razón prefiere apoyarse en aplicaciones o en tips que le brindan sus amigos, de esta manera se asegura de brindar a sus 2 perros la calidad de vida que merecen.

Objetivos:

Nuestro objetivo como APP, es ser un apoyo y ayuda para las familias que no poseen el tiempo necesario para compartir con sus mascotas. Nos aseguraremos de darles la calidad de vida y el bienestar necesario a sus diferentes mascotas y animales.

El principal objetivo es brindar un excelente servicio, en donde un cliente como Sofía sienta la plena certeza de que sus mascotas están en excelentes manos, de esta manera nos aseguramos que ella tenga plena tranquilidad en su trabajo y pueda desarrollar las tareas que tiene con plena serenidad.

Retos:

Cliente con varios viajes programados, no tiene tiempo suficiente para dedicarle a sus mascotas.

Poca ayuda de parte de los demás miembros de la familia, necesita buscar ayuda y apoyo por otros lados.

¿Cómo podemos ayudar?

La principal ayuda que queremos ofrecer es la tranquilidad, sabemos que tenemos clientes que tienen muchas tareas laborales y por otra parte el bienestar de sus mascotas es algo

esencial en su vida. Queremos que nuestros clientes tengan la plena tranquilidad de que sus mascotas estarán en excelentes manos.

Por otra parte, queremos quitarle esas tareas del hogar a la familia (Lo relacionado con sus mascotas), entendemos perfectamente que no tienen mucho tiempo para compartir, sin embargo, queremos ahorrarles tiempo y de esta manera quitarles un peso de encima para mayor paz y serenidad.

Comentarios:

“No sé con quién dejar mis mascotas cuando tengo algún viaje de negocios”

“Los servicios que conozco no me brindan la tranquilidad suficiente para seguir contratando sus beneficios y utilidades”

Quejas comunes:

Necesito un servicio donde encuentre todo lo necesario que requieran mis mascotas, muchas de las aplicaciones que lo poseen tienen altos precios y sus aplicaciones no tienen un manejo muy fácil o no tienen cantidad de variedad para elegir el servicio que requiero.

Mensaje de Marketing:

¡Deja en nuestras manos la calidad de vida de tu mascota!

Mensaje de Ventas:

Queremos ser tu primera opción para un óptimo bienestar de tu mascota, estamos comprometidos contigo y con tu familia para brindarte la tranquilidad necesaria y que tu mascota se sienta como en casa.

Fuente: Elaboración propia

2. Objetivos

2.1. Planteamiento de objetivos SMART

1. Incrementar las descargas de la aplicación de los usuarios en 100 mensuales progresivamente a través del marketing generado en redes sociales
2. Aumentar el tráfico de leads en la página web en un 20% mensual mediante el uso de Facebook ADS

3. Aumentar la cantidad de seguidores de la empresa en las 5 redes sociales principales (Instagram, Facebook, Youtube, Tik tok y LinkIn) en 500 seguidores mensuales para que nuestros usuarios conozcan la app
4. Obtener 20.000 visitas en la página web de la aplicación en tres meses mediante el marketing generado en las diferentes redes sociales
5. Tener 500 leads ads search trimestrales con estrategias de SEO manteniendo la página web en los primeros lugares de las redes de búsqueda de google.

3. Estrategias

3.1. Estrategia de contenidos

1. Refuerzo de la aplicación en contenido de cuidado de las mascotas a modo de TIPS para que los consumidores se sientan más atraídos por la aplicación
2. Implementación del SEO para que al momento de las búsquedas por parte de los clientes se puedan generar la visita de los Leads.
3. Estrategia de captación de leads mediante un registro en nuestra app en el cual se enviarán artículos, información y recomendaciones personalizadas al correo del usuario con ayuda del algoritmo de la aplicación para que esta se adapte a los usuarios.
4. Contenido premium para los usuarios suscritos en los planes que ofrece la aplicación con accesos e información exclusiva.

Figura 3: Cronograma

Elaboración propia

5. Resultados KPIs

1. Fase de atracción: Conseguir 500 clics que generan nuestros Ads (Facebook Ads y Google Ads).
2. Fase de consideración: Medición de tasa de conversión semanal respecto a las descargas obtenidas (Nuestro target estará en 60-80 descargas la primera semana)
3. Fase de decisión: Lograr que mínimo el 20% de los clientes generen de nuevo la membresía con nosotros en los dos primeros meses
4. Fase de conversión: Medición de tasa de conversión mensual de leads a clientes

6.Presupuesto

Ver Anexo

7.Bibliografía

Gabrica. 2022. *Proyección de crecimiento de la industria de las mascotas en 2019 / Gabrica*. [online] Available at :<<https://www.gabrica.co/noticiasesp/noticia-2-esp-destacada/>> [Accessed 5 May 2022].

Repositorio.face.unt.edu.ar. 2022. [online] Available at: <<http://repositorio.face.unt.edu.ar:8920/bitstream/handle/123456789/296/IMPLEMENTACI%C3%93N%20DE%20APP%2C%20RED%20SOCIAL%20LAIKA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> [Accessed 5 May 2022].