



Dogo Home

Trabajo Final de Grado

Carlos Manuel Cuenca Fernández

Isabella Chaves Chacua

Isabella López Parra

Alejandro Rómulo Molina

Angie Lorena Sandoval Burgos

Bogotá Colombia

2023



Dogo Home: Trabajo Final de Grado

Carlos Manuel Cuenca Fernánde

Isabella Chaves Chacua

Isabella López Parra

Alejandro Rómulo Molina

Angie Lorena Sandoval Burgos

Tutor: Viviana Carolina Romero Peralta

Escuela de Administración

Pregrado en administración de empresas

Pregrado en administración de negocios internacionales

Pregrado en administración en logística y producción

Universidad del Rosario

Bogotá Colombia, 2023-2

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito la Revisión de literatura titulada “Dogo Home”, en opción de grado programa avanzado de empresas II y que, por lo tanto, su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que esta revisión no ha sido entregada a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

Carlos Manuel Cuenca Fernández

Isabella Chaves Chacua

Isabella López Parra

Alejandro Rómulo Molina

Angie Lorena Sandoval Burgos

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

Carlos Manuel Cuenca Fernández

Isabella Chaves Chacua

Isabella López Parra

Alejandro Rómulo Molina

Angie Lorena Sandoval Burgos

Tabla de contenidos

Glosario	11
Resumen	13
Palabras clave: Cuidado, mascotas, personas, acogedor, viaje, servicio, lugar, vacaciones, horas	13
Abstract.....	14
Keywords: Care, pets, people, friendly, travel, service, location, vacation, hours.....	14
1. Introducción.....	15
1.1 Objetivo General.....	16
1.2 Objetivos específicos.....	16
2 Presentación de la propuesta.....	17
3 Análisis Digital de la competencia	18
4 Definición de buyer persona.....	22
5 Línea de contenidos para la estrategia digital.....	23
5.1 Objetivo de la estrategia de contenidos	23
5.2 Mix de la estrategia de contenidos	24

6	Estrategia de posicionamiento SEO	27
7	Anuncio de pago SEM.....	29
8	Página web.....	30
9	Publicidad y anuncios en internet.....	43
9.1	Estrategia con Pop-Ups de Dogo Home.....	43
9.2	Campaña de atracción a través de red Display para Dogo Home	45
9.3	Remarketing	46
10	Redes sociales.....	47
10.1	Instagram	48
10.2	Facebook.....	50
10.3	Tik Tok.....	52
11	E-mail marketing.....	54
12	Estrategias de marketing de proximidad	56
12.1	Asistencia a Ferias Caninas	56
12.2	Dinámica Interactiva con QR.....	57
12.3	Formato de Registro	59

12.4	Recompensas para Mascotas	59
12.6	Seguimiento Post-Evento	61
13	Acciones de omnicanalidad dentro de la estrategia.....	62
14	Conclusiones.....	63
15	Referencias	65

Lista de tablas

Tabla 1 Análisis de competencia digital	19
Tabla 2 Estrategia de contenidos	25
Tabla 3 Estrategia de posicionamiento SEO.....	27

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 Buyer persona.....	22
Ilustración 2 Prototipo estrategia SEM en Google Ads.....	29
Ilustración 3 Landing page Dogo Home.....	31
Ilustración 4 Búsqueda de cuidadores Dogo Home.....	32
Ilustración 5 Perfil cuidadores Dogo Home	33
Ilustración 6 Pasarela de pago Dogo Home.....	34
Ilustración 7 Confirmación reserva Dogo Home.....	35
Ilustración 8 Chat Bot Dogo Home	36
Ilustración 9 Prototipo video Informativo	38
Ilustración 10 Prototipo Newsletter.....	39
Ilustración 11 Prototipo Dogo Blog.....	40
Ilustración 12 Prototipo Testimonios Dogo Blog.....	41
Ilustración 13 Prototipo Servicios Disponibles Dogo Home.....	42
Ilustración 14 Prototipo estrategia Pop-Up	44

Ilustración 15 Prototipo campaña de atracción Display	46
Ilustración 16 Prototipo Remarketing	46
Ilustración 17 Prototipo de publicación en Instagram	49
Ilustración 18 Prototipo de publicación en Facebook	51
Ilustración 19 Prototipo de publicación en tiktok.....	53
Ilustración 20 Prototipo de estrategia de E-mail marketing	55
Ilustración 21 Estrategia de proximidad.....	58
Ilustración 22 Metodología de la estrategia de proximidad	60
Ilustración 23 Ejemplo de estrategia en redes sociales.....	61

Glosario

Remarketing: “se refiere a atraer a las audiencias que ya han interactuado con tu marca con el objetivo de animarlos a realizar una acción deseada que les pueda interesar, como la conversión” Amazon Ads (2023).

Newsletter: “es un correo electrónico que se envía a una lista de suscriptores interesados. Esta comunicación regular da a las empresas la oportunidad de compartir contenido valioso, noticias relevantes y ofertas especiales con su audiencia.” Escuredo(2023).

Pop- up: “es un término que se traduciría como “ventana emergente” que puede aparecer en diferentes momentos en la interfaz del usuario de un sitio web, generalmente es pequeña y brinda una información específica para atraer al lead a interactuar más con la página web”. Dazzet (2023).

Adiestrar: Amaestrar, domar a un animal RAE (2019).

Omnicanalidad: “Es una estrategia de comunicación utilizada para estar en contacto con los prospectos o clientes a través de diferentes canales (email, redes sociales, sitio web, etc.). El uso de los diferentes canales debe hacerse bajo una misma estrategia para llegar al consumidor en el momento indicado.” (Brevo, 2021).

Pet friendly: Según el diccionario de Cambridge se refiere a “ se utiliza para describir un lugar adecuado para animales de compañía o donde puede alojarse con su mascota” Cambridge Dictionary (2023).

Plataforma web: son espacios en Internet que permiten la ejecución de diversas aplicaciones o programas en un mismo lugar para satisfacer distintas necesidades Giraldo (2019).

Resumen

El siguiente trabajo se desarrolló como proyecto final para la asignatura PADE 2, materia enseñada a los estudiantes de negocios de la Universidad Del Rosario.

El tema principal desarrollado en este trabajo es la estrategia SEO & SEM de DOGO HOME, cuyo propósito principal se centra en construir una comunidad fuerte en torno a este startup con el fin de generar confianza y credibilidad entre nuestros clientes potenciales.

Dentro de este trabajo, los lectores encontrarán diferentes estrategias, conceptos del producto, detalles del sitio web y también la demarcación del BUYER PERSONA para la empresa, toda esta información se aplicó a través de diferentes estrategias enseñadas en PADE 2 con el fin de construir una estrategia digital exitosa. Además, en el desarrollo del documento hay diferentes ilustraciones, creadas por los estudiantes responsables del proyecto, que muestran cómo se implementará la estrategia.

Palabras clave: Cuidado, mascotas, personas, acogedor, viaje, servicio, lugar, vacaciones, horas

Abstract

The following work was developed as the final project for the subject PADE 2 taught to Business students on Universidad Del Rosario.

The main theme developed on this work is DOGO HOME SEO & SEM strategy. Which main purpose is focused on building a strong community around this startup in order to build trust and credibility between our potential customers.

Within this work readers will find different strategies, product's concepts, website details page and also the demarcation of different buyer's persona for the company, all of this information is applied through different strategies taught on PADE 2 in order to build a successful digital strategy. Also, around the document are different illustrations created by the students responsible for the project, showcasing how the strategy will be implemented.

Keywords: Care, pets, people, friendly, travel, service, location, vacation, hours

1. Introducción

En la actualidad el mercado del cuidado de mascotas se encuentra altamente segmentado y ha experimentado un crecimiento exponencial con el paso de los años, esto debido a tendencias como la humanización de las mascotas y el crecimiento de las familias multi-especie.

Según García (2020) el mayor crecimiento en el país ocurrió durante el 2020, cuando vivíamos una pandemia la gente decidió sentirse más acompañada a través de perros, gatos, entre otros, por lo que las personas empezaron a consumir más servicios como guarderías, paseadores y colegios, mayormente en ciudades principales como Bogotá y Cali. Además, de acuerdo con Aldana Cabas (2023) “en plataformas de e-commerce como Mercado Libre, las ventas de esta industria han crecido 49%”, lo cual nos indica un uso constante de los consumidores dueños de mascotas del internet para satisfacer las necesidades de sus mascotas.

Teniendo en cuenta lo anterior nace “DOGO HOME” una plataforma web que conecta a dueños de mascotas con cuidadores dispuestos a ofrecer sus hogares como alojamiento para

perros durante horas o días, DOGO HOME es la alternativa de las clásicas guarderías y colegios.

Finalmente, este proyecto se centra en la creación de la estrategia digital para presentar el nuevo producto al mercado y generar reconocimiento, a través los temas aprendidos en el programa avanzado de dirección de empresas (PADE).

1.1 Objetivo General

Establecer a DOGO HOME como la primera opción en la mente de las personas cuando necesiten cuidado de calidad para sus perros, a través de la aplicación de conocimientos aprendidos en clase para la creación de la estrategia digital.

1.2 Objetivos específicos

- Identificar las estrategias digitales que potencialicen a DOGO HOME para generar atracción de clientes y posicionamiento.

- Desarrollar un reconocimiento fuerte en redes sociales para generar confianza y comunidad de clientes antiguos y potenciales.
- Construir una página web de uso intuitivo que facilite el proceso para sus clientes.

2 Presentación de la propuesta

Como se mencionó anteriormente, Dogo Home es una plataforma en línea que conecta a dueños de mascotas y cuidadores amantes de los animales, nuestro servicio se diferencia del mercado actual ya que ofrecemos una atención personalizada, las guarderías u hoteles caninos cuidan una multitud de perros a la vez por lo que no pueden asegurar el mismo cuidado, para todos. En DOGO HOME nuestro propósito es hacer que las mascotas se sientan como en casa y reciban el mismo cariño y atención para hacer su estadía más amena.

En la plataforma nuestros clientes podrán realizar la búsqueda de cuál es el cuidador ideal para su mascota según su dirección, tipo de vivienda, hábitos de vida, gustos, preferencias, entre otros para que haga el match ideal!.

Además, es importante mencionar que los cuidadores de la plataforma ya han pasado por previos filtros de seguridad y durante la estadía se proporcionará camas y una cámara direccionada a esta para que puedas ver a tu mascota, además el cliente podrá tener una comunicación directa con el cuidador 24/7 a través de la plataforma.

3 Análisis Digital de la competencia

A partir de los datos encontrados y los resultados obtenidos se puede observar que esto es un mercado de nicho que no logra obtener muchas visitas y aunque estas páginas están ubicadas en Europa podemos dimensionar diversos aspectos importantes para la estrategia.

En El Perro Feliz el número de visitas es muy bajo, sin embargo, el tiempo está bien respecto al otro competidor resalta, a su vez que su retención en tiempo de duración también logra llegar rápido a la página pues cuenta con solo 1,51 páginas visitadas previo a esta. Por

otro lado, evidenciamos que su porcentaje de rebote es muy alto y esto rompe el proceso de adquisición de los servicios, siendo un punto que debemos tener en cuenta para fortalecer en DOGO HOME, adicional a esto, el tráfico que tienen está demasiado sesgado a los buscadores y se están desaprovechando el resto de los medios, punto importante que debemos tener en cuenta para maximizar el tráfico en DOGO HOME.

Gudog tiene mayor trascendencia en este mercado, siendo un competidor mucho más fuerte y posicionado, tiene muchas más vistas que El Perro Feliz, pero aun así su promedio de duración es menor a la tercera parte y las páginas vistas antes de entrar son casi del doble. Adicionalmente, su porcentaje de rebote es aún mayor, pero su tráfico al menos si está posicionado en dos partes, directo y buscadores, que al igual que con El Perro Feliz, DOGO HOME puede tomar ventaja y utilizar estos otros medios como lo son referidos, redes sociales, emailing y display para lograr un mayor alcance. Cabe recalcar la importancia del SEO, que le permite a esta empresa un mayor alcance, representado en el porcentaje expuesto en la tabla inferior.

Tabla 1 Análisis de competencia digital

Métrica	Mi empresa	El Perro Feliz	Gudog
Sitio web		https://elperrofeliz.com/	https://gudog.com/

# Visitas		5100	165704
Promedio duración		00:05:07	00:01:29
# Pag. Vistas		1,51	2,85
Rebote		49,39%	56,96%
Tráfico por países		España 89,77% Italia 10,23%	España 76,61% Francia 8,15% Irlanda 5,33% Argentina 2,49% México 2,37%
Fuente de Tráfico		Desktop 84,21% Mobile 15,79%	Desktop 21,55% Mobile 78,45%
Directo		3,32%	27,24%
Referidos		0,19%	3,67%

Buscadores		96,18%	68,54%
Redes Sociales		0,31%	0,34%
Emailing		0%	0%
Display		0%	0%
Diagnóstico SEO		No reporta	No reporta
Desempeño		No reporta	No reporta
Móvil		15,79%	78,45%
Seo		12%	25%
Seguridad		No reporta	No reporta

Fuente: Elaboración propia con datos de Similarweb (2023)

4 Definición de buyer persona

Ilustración 1 Buyer persona



Buyer Persona

- Nombre: Emily
- Edad: 30 años
- Estado Civil: Soltera
- Título: Administración de Empresas
- Condición Laboral: Empleada a tiempo completo en una empresa de tecnología
- Título o Rol laboral: Gerente de Proyectos
- Ingresos anuales: 24 SMMLV



Buyer Persona

- Nombre: Emily
- Edad: 30 años
- Estado Civil: Soltera
- Título: Administración de Empresas
- Condición Laboral: Empleada a tiempo completo en una empresa de tecnología
- Título o Rol laboral: Gerente de Proyectos
- Ingresos anuales: 24 SMMLV

Personal

- **¿Qué necesita para ser feliz?** Emily necesita sentirse segura de que su perro está bien cuidado cuando ella no está en casa. También valora tener tiempo libre para disfrutar con amigos y familiares.
- **¿Qué hace cuando no está en el trabajo?** Disfruta de actividades al aire libre, como senderismo y patinaje, y le encanta pasar tiempo con su perro en el parque.
- **¿En qué prefiere gastar el dinero?** Emily prefiere gastar su dinero en actividades y productos relacionados con el cuidado y entretenimiento de su perro.
- **¿Dónde pasa más tiempo?** Pasa más tiempo en su casa que en el trabajo.
- **¿Cómo mide el éxito?** Emily mide el éxito por la felicidad y calidad de vida.

Conducta laboral

- **¿Qué problema necesita solucionar hoy a nivel laboral?** Emily busca un lugar de confianza para dejar a su perro cuando viaja por trabajo.
- **¿Cuál es su mayor responsabilidad laboral?** Su mayor responsabilidad es liderar equipos de proyectos y asegurarse de que se cumplan los plazos.
- **¿Qué aptitudes necesita tener para hacer un buen trabajo?** Necesita ser organizada, comunicativa y tener habilidades de liderazgo.
- **A quién reporta?** Reporta al director de operaciones de su empresa.
- **¿Quién es su mayor influencia a nivel laboral?** Sigue a líderes en gestión de proyectos en LinkedIn.

Conducta en-línea

- **¿Cuánto tiempo pasa en internet?** Emily pasa alrededor de 3 horas al día en internet.
- **¿Cuándo y dónde prefiere conectarse a las redes sociales?** Prefiere conectarse a las redes sociales por la noche desde su smartphone.
- **¿Cuál es su red social preferida?** Su red social preferida es Instagram.
- **¿Qué tipo de contenido disfruta leer?** Le gusta leer blogs y ver videos relacionados con el cuidado de perros y actividades al aire libre.
- **¿Dónde busca información?** Busca información en blogs y foros de amantes de los perros.

Relación con vuestra compañía

- **¿Por qué necesita trabajar con nosotros?** Emily necesita trabajar con la aplicación para encontrar cuidadores de perros de confianza cuando viaja por trabajo.
- **¿Cómo llegaron a conocernos?** Conoció la aplicación a través de una recomendación de un amigo y redes sociales.
- **¿En qué aspectos le ayuda trabajar con nosotros?** Le ayuda a sentirse segura de que su perro está en buenas manos mientras ella viaja.
- **¿Qué aspecto es el que más evalúa antes de comprar?** Evalúa la confiabilidad y las reseñas de los cuidadores de perros en la aplicación.
- **¿Qué causaría el abandono de su relación con nosotros?** El abandono ocurriría si tuviera una mala experiencia con un cuidador de perros a través de la aplicación.
- **¿Qué impacto emocional genera vuestra compañía en su vida?** Le brinda tranquilidad y le permite disfrutar de su trabajo sabiendo que su perro está bien cuidado.
- **¿Cuánto tiempo pasó decidiendo si colaboraba o no?** Pasó aproximadamente una semana investigando y comparando diferentes opciones antes de decidirse por la tuya.

Fuente: elaboración propia

Emily es una profesional soltera de 30 años con un título en Administración de Empresas. Trabaja a tiempo completo como Gerente de Proyectos en una empresa de tecnología y tiene un ingreso anual de 24 salarios mínimos mensuales legales vigentes. Fuera del trabajo, su mayor preocupación es asegurarse de que su perro esté bien cuidado cuando no está en casa. Además, disfruta pasar tiempo libre con amigos y familiares. Sus actividades favoritas incluyen el senderismo, el patinaje y pasar tiempo en el parque con su perro.

Emily prefiere gastar su dinero en productos y actividades relacionadas con el cuidado y entretenimiento de su mascota. Para ella, el éxito se mide por su felicidad y calidad de vida. Pasando la mayor parte del tiempo en casa, Emily dedica alrededor de tres horas al día a navegar por internet, especialmente por la noche desde su smartphone. Su red social preferida es Instagram, donde sigue cuentas relacionadas con el cuidado de perros y actividades al aire libre. Además, busca información en blogs y foros de amantes de los canes.

5 Línea de contenidos para la estrategia digital

5.1 Objetivo de la estrategia de contenidos

El plan estratégico de marketing digital de Dogo Home tiene como meta primordial la construcción activa de una comunidad sólida. A través de campañas publicitarias impactantes, nos proponemos proporcionar contenido de alta calidad diseñado específicamente para cautivar a nuestro buyer persona. Buscamos no solo atraer su atención, sino también cultivar una relación de fidelidad y confianza con la marca. Este compromiso se realizará de manera integral, abarcando nuestras plataformas de redes sociales, campañas de correo electrónico, anuncios cuidadosamente dirigidos y una presencia activa en eventos pet friendly.

5.2 Mix de la estrategia de contenidos

Una estrategia de contenidos es fundamental para el éxito de cualquier empresa en el mundo digital. Se trata de "un plan detallado para la creación, publicación y promoción de contenido de una empresa, con el fin de alcanzar objetivos específicos de marketing y de negocio. La estrategia de contenidos incluye la identificación de las audiencias objetivo, la definición de los mensajes clave y la selección de los canales y formatos más adecuados para la entrega del contenido." Agudelo (2023)

Tabla 2 Estrategia de contenidos

Comunidad	Marketing
<p>Crear comunidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejos de cuidado canino • Consejos de alimentación • Tips para entrenar a los canes • Entrevistas con expertos • Legislación y Derechos de los Animales <p>Objetivo de comunicación: emocional y de involucramiento</p> <p>Estrategia: Tomar acción, atraer tráfico y fidelización</p>	<p>Dar a conocer la marca y generar confianza.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exponer las experiencias de los usuarios (entrevistas) • Atención personalizada • Menos exposición a enfermedades • Entorno cómodo y amigable • Atención al cliente 24/7 <p>Objetivo de comunicación: atributos y beneficios</p> <p>Estrategia: tomar acción y conversión en venta.</p>
Institucional	Interacción
<p>Reputación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Talleres de Entrenamiento de Perros • Clases de Yoga con Mascotas

<ul style="list-style-type: none"> • Creemos en dar algo a la comunidad que amamos, por ello colaboramos estrechamente con organizaciones locales de rescate animal <p>Objetivo de comunicación: atributos, involucramiento</p> <p>Estrategia: fidelización, recomendación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Charlas de Expertos en Cuidado de Mascotas • Caminatas por los cerros de la ciudad junto con las mascotas <p>Objetivo de comunicación: emocional y de involucramiento</p> <p>Estrategia: fidelización, recomendación, atracción de tráfico</p>
---	---

Fuente: Elaboración propia

6 Estrategia de posicionamiento SEO

Tabla 3 Estrategia de posicionamiento SEO

Optimización WEB-SEO estrategia	
1. c	Cuidado, mascotas, personas, acogedor, viaje, servicio, lugar, vacaciones, horas
2. Selección keyword primaria y listado de contenido que crearemos en torno a esa palabra clave (formatos y temas)	<p>Cuidado, Mascotas</p> <p>Formatos: imagines, videos y fotos de nuestros clientes.</p> <p>Temas: cuidado de mascota, bienestar, vacaciones, hospedaje por horas, tranquilidad de las mascotas</p>
3. Optimizar el contenido en torno a la keyword primaria que se escogió	
a. URL:	www.dogohome.com.co/cuidado,mascotas
b. Meta descripción	Dogo home es una empresa que se encarga del cuidado de mascotas , nuestro propósito es que tu mascota se sienta en un ambiente acogedor , puedes utilizar

	nuestro servicio cuando sales de vacaciones o solo por unas horas , diferentes tipos de personas pueden conectar con tu perro según sus necesidades.
c. Título de la página) pestaña de la página=	Cuidado, mascotas, servicio
d. Título del contenido	Servicio, cuidado de mascotas en un lugar acogedor

Fuente: Elaboración propia

Para realizar la estrategia, realizamos una búsqueda en base a los servicios actuales en Colombia para identificar cuáles eran los términos que nuestros clientes potenciales utilizan a través de las herramientas brindadas en clase y mediante la misma plataforma analizamos cuáles eran las palabras con más relevancia para poder incluirlas en nuestra página y de esta manera tener un mayor tráfico de personas ingresando a la página web. Las palabras clave de las cuales más se hizo uso en la construcción de la página web fueron: mascota, ambiente, acogedor, horas y cuidado. además con el fin de conectar mucho más la empresa con el funcionamiento en redes cambiamos el lema con base a las palabras clave encontradas. Este paso de: “El lugar perfecto para tu peludo” a “El cuidado perfecto para tu mascota” esta última conecta mucho más con la información circulante en redes y se relaciona más con el servicio final que no es solo darle un sitio al perro sino también brindarle un cuidado especial.

7 Anuncio de pago SEM

El anuncio de pago con la estrategia SEM se creará a través de Google Ads con el objetivo de generar atracción de nuevos clientes para que conozcan nuestro servicio, cómo funciona, propósito y seguridad de sus mascotas, entre otros. Además podrán interactuar con contenido informativo y explorar nuestras redes sociales, proporcionando mayor confianza a los usuarios y convertirlos en clientes.

Ilustración 2 Prototipo estrategia SEM en Google Ads



Fuente: Elaboración propia

8 Página web

De acuerdo con Hyliacom(2022) “Las palabras clave y la optimización SEO son vitales para que tu web aparezca en las primeras opciones de búsqueda” por lo cual dentro de la página web de Dogo Home se usaron palabras clave con el fin de mejorar el posicionamiento de la página, optimizando los motores de búsqueda. También se tuvo en cuenta y complemento con la propuesta de que la página fuese agradable para los usuarios, que se entendiera fácilmente el concepto y se perciba un cariño real por las mascotas.

Ilustración 3 Landing page Dogo Home



Fuente: elaboración propia

Al ingresar a la página el usuario tiene diversos botones para tomar diversas acciones dependiendo de si quiere reservar, registrarse, conocer de la marca o hablar con algún asesor. Además, se muestra de forma instantánea de qué trata DOGO HOME y motiva al usuario a no salir de la página.

Ilustración 4 Búsqueda de cuidadores Dogo Home

DOG HOME
El cuidado perfecto para tu mascota.

blog servicios cuidadores registrarme iniciar sesión

Servicio DOG HOME EXCLUSIVE	Barrio LA CALLEJA	Entrega → 26/06/2023	Recogida 26/12/2023	Perro DETALLES
---------------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	----------------------------	--------------------------

Encuentra la persona indicada para el cuidado de tu mascota

beneficios

- Cobertura veterinaria
- Cancelación gratuita
- Cuidadores verificados

Alejandro
60.000 cop/noche
★★★★★ 5.0 (100 Reservas)

Mapa de la zona: LA CALLEJA, SANTA BARBARA, EL BATÁN, etc.

Fuente: elaboración propia

Si el usuario quiere buscar un cuidador por su zona tendrá la oportunidad de visualizar y mirar generalidades importantes del cuidador como donde está ubicado, precio por noche, puntuación y número de reservas, siendo información muy completa y que permite darle confianza al usuario para que alguien que no conoce pueda cuidar su ser querido. En caso de que quiera aún más información puede hacer click en algún cuidador.

Ilustración 5 Perfil cuidadores Dogo Home



DOGO HOME
El cuidado perfecto
para tu mascota

[blog](#)
[servicios](#)
[cuidadores](#)
[registrarme](#)
[iniciar sesión](#)



CARLOS CUENCA FERNANDEZ

📍 Calle 100#15-12, Bogotá DC

18 USUARIOS RECURRENTES

253 RESERVAS

97 VALORACIONES

★★★★★

AGENDA CON CARLOS

SOBRE MÍ

¿Quién soy? ¡Hola! Me llamo Carlos, soy una persona joven que se declara amante de los animales. He tenido desde pequeño mascotas en casa, y mi familia ha sabido transmitirme los valores hacia ellos. Cuidar animales es mi principal ocupación, así que puedes estar tranquil@ de que tendrán supervisión 24/7.



107 fotos
ver todo

Servicios y tarifas

Alojamiento

Tarifa normal	\$80.000
Tarifa festivos	\$100.000

Todos los tamaños Incluye cachorros

Fuente: elaboración propia

En esta parte se visualiza la información del cuidador mucho más completa y se hace un llamado a la acción para agendar con el cuidador. Cabe recalcar que se busca que el usuario no salga de la página y conozca mejor la marca para que tenga mayor confianza, pudiendo seguir buscando en el menú superior más sobre DOGO HOMO y sus servicios.

Ilustración 6 Pasarela de pago Dogo Home

DOGGO HOME
El cuidado perfecto para tu mascota.

[blog](#) [servicios](#) [cuidadores](#) [registrarme](#) [iniciar sesión](#)

Tarjeta de crédito VISA MasterCard AMERICAN EXPRESS

Número de tarjeta

Nombre del titular

Fecha de vencimiento (MM / AA) Código de seguridad

PayPal VISA MasterCard AMERICAN EXPRESS Discover

via **Boloto** **Sefecty**

DOGO HOME EXCLUSIVE

20 al 24 de noviembre

Información de la mascota:
Nombre: COCO
Peso: 10kg
Edad: 6 años

Precio servicio: 260.000
descuento Cupón: 1er día dogo

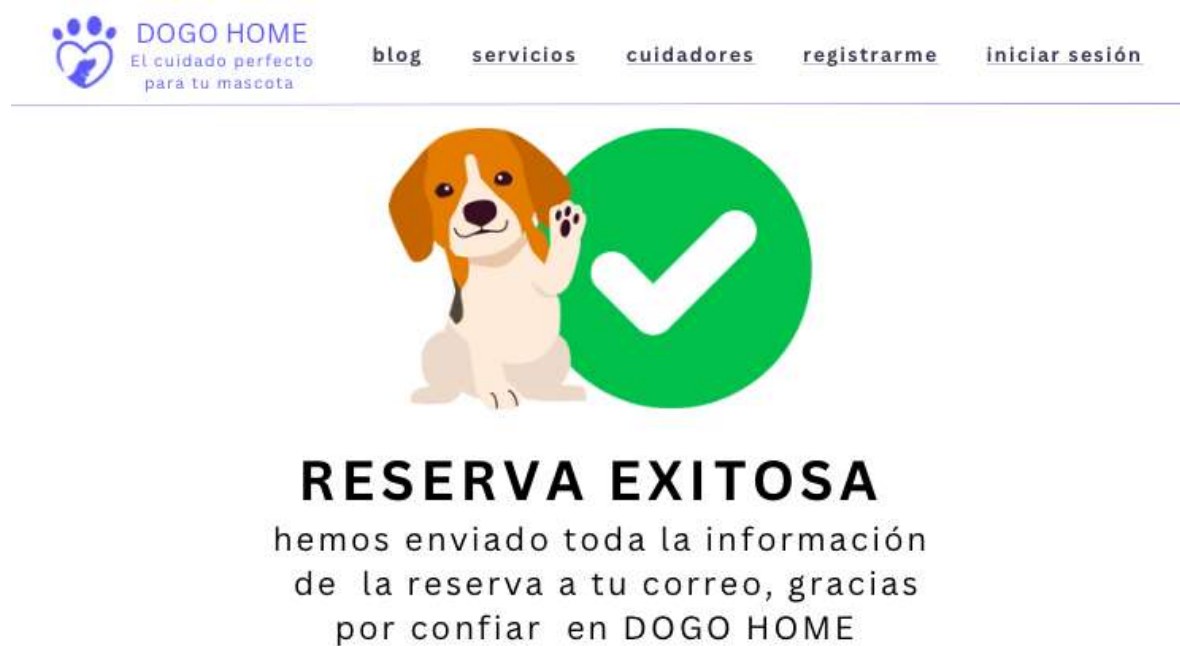
precio total a pagar: 240.000

Fuente: elaboración propia

Tendremos diferentes métodos de pago, de manera de que sea fácil y asequible para el cliente apenas decida adquirir el servicio y no tenga un tropiezo en el proceso de compra. Según Jofre (2022) “cualquier negocio muere allí donde se producen interrupciones. Si una pasarela de pago no funciona temporalmente, el usuario puede abandonar el proceso de compra en un comercio y dirigirse a un competidor.” por eso es de vital importancia, buscar

que este proceso sea seguro, confiable y sin inconvenientes que los usuarios hacerlo sin retractarse de la compra.

Ilustración 7 Confirmación reserva Dogo Home



Fuente: elaboración propia

Ilustración 8 Chat Bot Dogo Home



Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

Según (2023)

Una prueba de concepto hace referencia a la contrastación real del prototipo, que en el caso de DOGO HOME es el mockup de la página web, con el fin de verificar si viendo claramente de lo que trata y si realmente está ofreciendo valor a los potenciales clientes. Además, busca mejorar aquellos aspectos que se sugieran por parte de los encuestados.

A través del chat se busca comunicación directa de los clientes o potenciales clientes, de manera que se puedan recolectar datos, y resolver en el menor tiempo posible las inquietudes o quejas que puedan presentar.

Ilustración 9 Prototipo video Informativo



Fuente: elaboración propia tomada y adaptada de YouTube

Estará en la página principal, permitiendo que apenas se ingrese, mostrar de forma visual y dinámica de qué trata la marca DOGO HOME y qué servicios presta, en conjunto de toda la información necesaria del concepto del producto.

Ilustración 10 Prototipo Newsletter



Fuente: elaboración propia

Llamado a la acción para suscribirse a nuestra base de datos y que el usuario reciba toda la información de descuentos, eventos, fiestas, recordatorios de vacunas, entre otros.

Ilustración 11 Prototipo Dogo Blog



Fuente: elaboración propia tomada y adaptada de YouTube

Se muestran planes, juegos y actividades como senderismo o running para salir de la rutina o poder conocer y entrenar mejor a tu perro. También hay videos divertidos y para todas las edades.

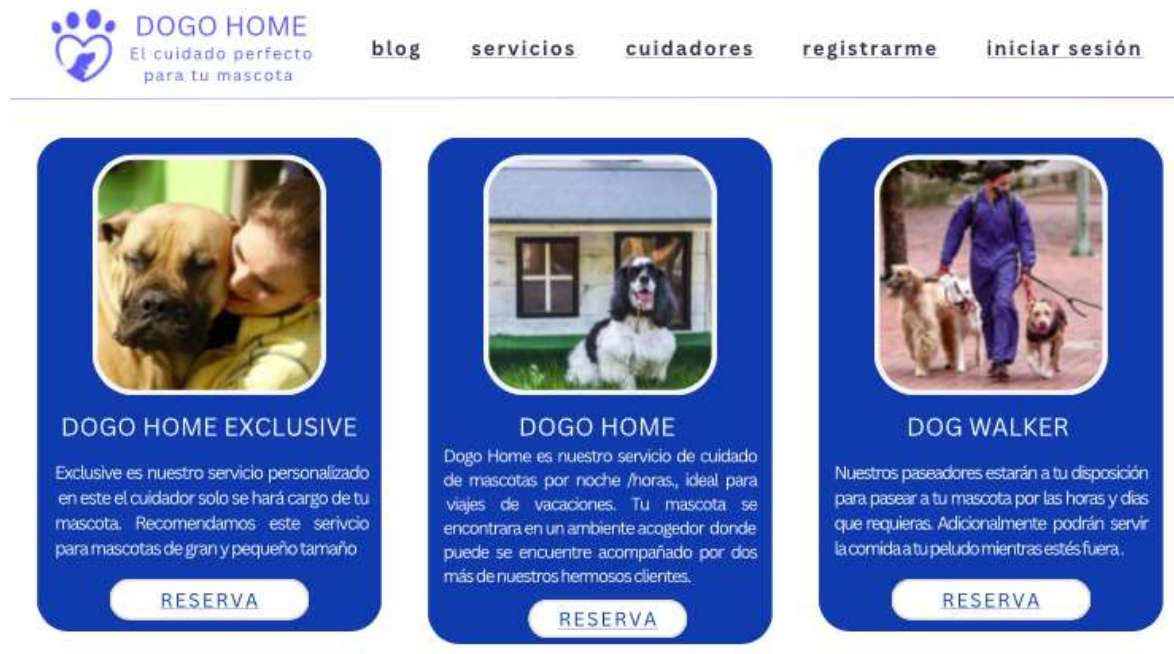
Ilustración 12 Prototipo Testimonios Dogo Blog



Fuente: elaboración propia

En los testimonios se busca empatizar y humanizar mucho más la página para el dueño del perro, de manera que tome mayor confianza para adquirir nuestros servicios.

Ilustración 13 Prototipo Servicios Disponibles Dogo Home



Fuente: elaboración propia

Se explican los servicios ofrecidos de forma más detallada ante cualquier duda que pueda presentar el cliente, además busca el llamado a la acción con los botones de “RESERVA”.

9 Publicidad y anuncios en internet

La estrategia publicitaria y los anuncios en línea de Dogo Home no solo se centran en dar a conocer la marca, sino en crear una comunidad vibrante donde el amor por los caninos sea el núcleo fundamental. A través de diversas estrategias de marketing, buscamos atraer a nuestro buyer persona y fomentar la participación activa en nuestra comunidad. Nuestra visión va más allá de la divulgación de la marca; aspiramos a construir un espacio donde surjan diversos intereses compartidos por los amantes de los perros.

Implementaremos estrategias de marketing que inviten a las personas a formar parte de nuestra comunidad. Estas estrategias incluirán eventos exclusivos diseñados para que los dueños de mascotas disfruten junto a sus caninos, así como promociones especiales que ofrecen beneficios exclusivos, como bonos para clases de adiestramiento u otros privilegios.

9.1 Estrategia con Pop-Ups de Dogo Home

El propósito fundamental de nuestra estrategia con pop-ups en la página web de Dogo Home es impulsar la participación activa de los visitantes, motivándolos a formar parte de nuestra apasionada comunidad de amantes de los perros. A través de la invitación a unirse, buscamos:

- Construir una Comunidad Enérgica

- Capturar Información Valiosa
- Incentivar la Primera Reserva

Ilustración 14 Prototipo estrategia Pop-Up



Fuente: Elaboración propia.

9.2 Campaña de atracción a través de red Display para Dogo Home

Objetivo:

Incrementar la visibilidad de Dogo Home y fomentar la participación activa de los amantes de las mascotas, atrayendo a nuevos usuarios a nuestra comunidad y destacando nuestros servicios.

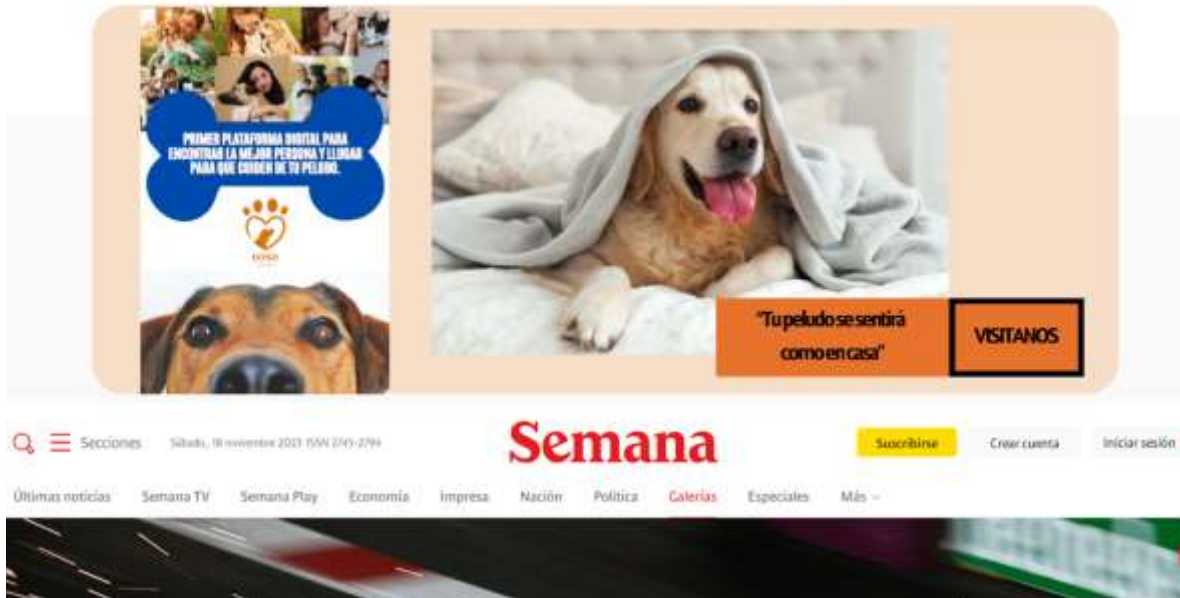
Enfoque:

Utilizaremos anuncios pagos en diferentes sitios web relevantes para el público objetivo de Dogo Home. La red display nos permitirá llegar a una audiencia diversa y comprometida, captando su atención visualmente.

Mensaje Clave:

Invitar a los usuarios a descubrir Dogo Home, explorar nuestros servicios y unirse a una comunidad apasionada por el cuidado de las mascotas. Destacaremos la importancia de compartir experiencias junto a sus compañeros peludos y ofreceremos contenido informativo valioso sobre el bienestar animal.

Ilustración 15 Prototipo campaña de atracción Display



Fuente: Elaboración propia.

9.3 Remarketing

Objetivo:

Reactivar el interés y la participación de la audiencia previamente involucrada con Dogo Home, fomentando su regreso al sitio web y su continua participación en la comunidad a través de ofertas personalizadas y contenido atractivo.

Ilustración 16 Prototipo Remarketing



Fuente: Elaboración propia.

10 Redes sociales

El objetivo principal de nuestras plataformas de redes sociales es establecer y fortalecer una comunidad sólida. A través de campañas publicitarias impactantes y contenido de alta calidad, que incluye elementos interactivos, informativos y educativos, nos esforzamos por atraer a clientes potenciales que se alineen con nuestro buyer persona.

Para lograr una difusión eficaz del servicio y atraer clientes potenciales dentro de nuestro segmento, implementamos una segmentación precisa que se ajusta a las características de nuestro buyer persona, considerando factores demográficos e intereses. Esto nos permite atraer de manera óptima a un público afín.

La publicidad se ejecutará a través de plataformas que permiten la creación de campañas destinadas a Facebook, Instagram y TikTok, maximizando así nuestro alcance e impacto en estas populares plataformas.

10.1 Instagram

En el primer mes, compartiremos publicaciones diarias centradas en la presentación de nuestra empresa, con contenido continuo que destaque quiénes somos y cómo cuidamos de las mascotas. Estos posts serán interactivos y educativos, abordando temas como los cuidados esenciales para las mascotas, recomendaciones de alimentación, trucos de entrenamiento y más. Nos esforzaremos por brindar información valiosa que fortalezca la relación de los dueños con sus queridas mascotas.

Luego de este mes inicial, daremos un paso más en la interacción al organizar Lives con expertos en canes. Estos eventos se llevarán a cabo dos veces en el segundo mes y de manera esporádica en el futuro. Durante estas transmisiones en vivo, proporcionaremos un

espacio directo para que la comunidad pueda interactuar y hacer preguntas a nuestros expertos. Este enfoque nos permitirá crear un vínculo más estrecho con nuestra comunidad, además de generar confianza al brindar información valiosa y respuestas directas a sus inquietudes.

Ilustración 17 Prototipo de publicación en Instagram



Fuente: elaboración propia

10.2 Facebook

Al igual que en Instagram, en los primeros meses publicaremos contenido continuo que destaque quiénes somos y cómo cuidamos de las mascotas, además de temas como los cuidados para las mascotas y entrenamiento.

Aprovecharemos la opción de Facebook para compartir contenido más extenso, como artículos informativos y testimonios conmovedores de dueños de mascotas. Esta plataforma nos brindará la oportunidad de construir una comunidad sólida, fomentando la participación y la lealtad de nuestros seguidores a través de contenido significativo y relevante.

Ilustración 18 Prototipo de publicación en Facebook



Fuente: elaboración propia tomada y adaptada de Facebook

10.3 Tik Tok

En nuestra estrategia para TikTok, nos sumergiremos en la plataforma con videos dinámicos y atractivos. Durante el primer mes, nos enfocaremos en videos cortos que presenten de manera divertida la esencia de nuestra empresa, ofreciendo consejos rápidos sobre cuidado y entretenimiento. Posteriormente, iremos más allá al crear desafíos interactivos y participativos que inviten a la comunidad a mostrar sus propias mascotas. Adicionalmente, planeamos integrar contenido exclusivo de los eventos en vivo con expertos en canes en TikTok, compartiendo fragmentos destacados y creando expectativa para futuras transmisiones. Este enfoque nos permitirá no solo educar, sino también conectar de manera única con la comunidad de amantes de mascotas en Tik Tok.

Ilustración 19 Prototipo de publicación en tiktok

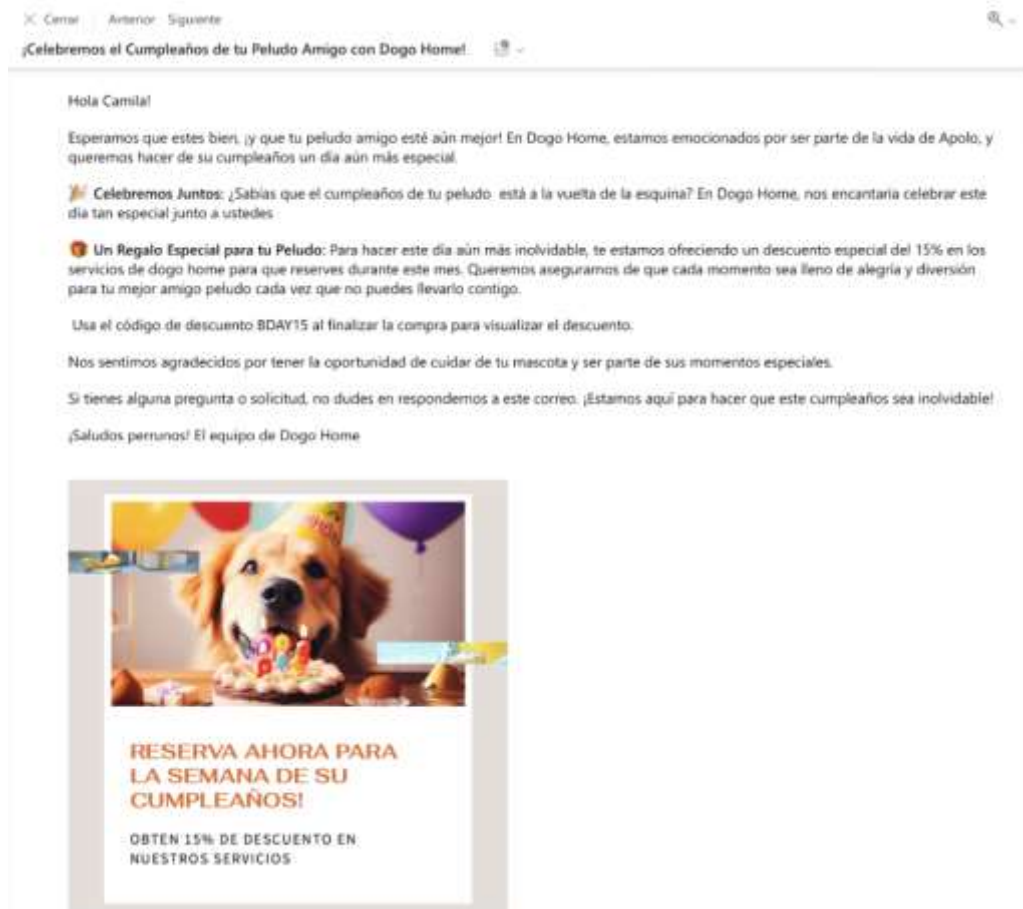


Fuente: elaboración propia tomada y adaptada de TikTok

11 E-mail marketing

El objetivo principal de la campaña de e-mail marketing es retener a nuestros clientes para crear lealtad y estar en la mente de ellos a través de emails personalizados. Algunos de los ejemplos de cuando enviaremos emails son: cumpleaños de la mascota, eventos temáticos como fiesta de disfraces, consejos de cuidado, ofertas especiales, recordatorios de vacunas y demás antes de su estancia, programa de fidelización y encuestas de retroalimentación. La imagen a continuación es un ejemplo de Cumpleaños.

Ilustración 20 Prototipo de estrategia de E-mail marketing



Fuente: Elaboración propia

12 Estrategias de marketing de proximidad

En Dogo Home, entendemos la importancia de crear vínculos cercanos con la comunidad de amantes de los caninos. Por ello, hemos diseñado una estrategia de proximidad que nos permitirá conectarnos directamente con los dueños y sus adorables mascotas durante ferias caninas. Nuestra misión es no solo recolectar información valiosa sino también recompensar a nuestros nuevos amigos peludos.

Objetivo:

- Establecer una conexión directa con los dueños de perros y construir una comunidad comprometida.
- Recopilar información clave para ampliar nuestra base de datos y mejorar nuestros servicios.

Acciones Planificadas:

12.1 Asistencia a Ferias Caninas

Dogo Home estará presente en ferias caninas locales para interactuar directamente con los dueños de perros y conocer a sus adorables compañeros.

12.2 Dinámica Interactiva con QR

- Implementaremos un sistema interactivo mediante códigos QR para simplificar la recolección de información.
- Los usuarios podrán escanear el QR con sus dispositivos móviles, accediendo a un formulario en línea.

Ilustración 21 Estrategia de proximidad



Fuente: elaboración propia.

12.3 Formato de Registro

- El formulario incluirá campos para el correo electrónico, nombre del dueño y detalles de la mascota.
- La información recopilada se almacenará automáticamente en nuestra base de datos y será utilizada para futuras interacciones personalizadas.

12.4 Recompensas para Mascotas

Como agradecimiento, cada perrito registrado recibirá una recompensa especial. Podrían ser juguetes, alimentos premium, descuentos en nuestros servicios, o incluso clases de adiestramiento.

Ilustración 22 Metodología de la estrategia de proximidad

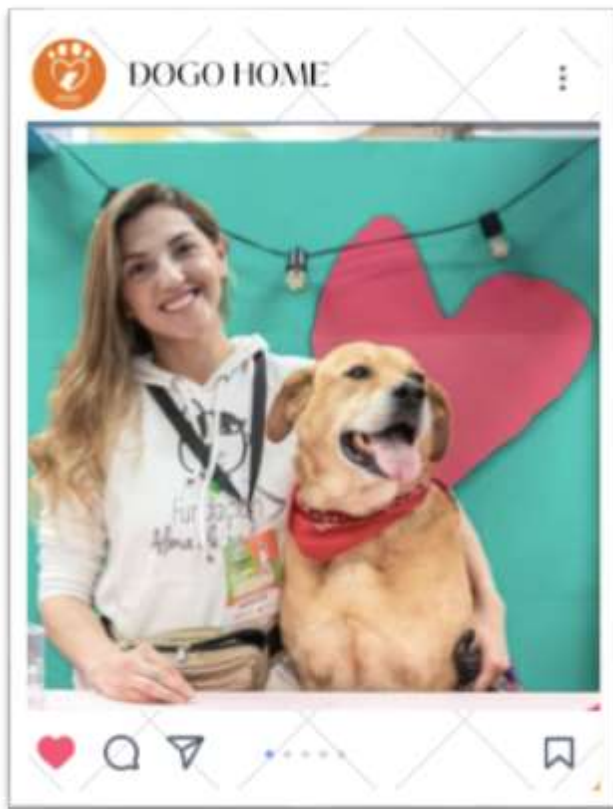


Fuente: elaboración propia

12.5 Promoción en Redes Sociales

Compartiremos en tiempo real fotos y momentos especiales de la feria en nuestras redes sociales para fomentar la participación y concientización.

Ilustración 23 Ejemplo de estrategia en redes sociales



Fuente: elaboración propia

12.6 Seguimiento Post-Evento

Enviaremos correos electrónicos de agradecimiento a los participantes, reiterando las recompensas y proporcionando información adicional sobre los servicios de Dogo Home.

13 Acciones de omnicanalidad dentro de la estrategia

- Descuento: 1ERDOGO. La estrategia se basa en conectar afiches físicos con la página web a través de un código QR que los conecte directamente y active el cupón. Y los anuncios de Instagram sobre descuento que los dirijan a la página y activen el cupón.
- Coherencia en la experiencia del cliente: facilitar la fluidez de los procesos mediante la optimización de nuestros canales tanto digitales como físicos, y que todos manejen la misma experiencia para el cliente.
- Fácil traslado entre canales digitales: con el fin de mantener al usuario dentro de los diferentes canales, generamos una ruta que le permita una fácil navegación entre un canal y otro. Es decir, desde nuestro Instagram, Tiktok y Facebook tendrá acceso a la página web, y como mostramos anteriormente en la página también tienen acceso a nuestras redes sociales.
- Cultura íntegra de la atención: todos los colaboradores de DOGO HOME se capacitarán para tener conocimiento del funcionamiento de los procesos básicos, así se mantendrá una cultura centrada en el cliente en toda la empresa.

- Invitaciones exclusivas por correo: se convidará a un grupo de clientes a eventos presenciales para que afiancen su sentido de pertenencia por la empresa y confianza por los cuidadores.

14 Conclusiones



- La industria de las mascotas se encuentra en auge y es una buena oportunidad de entrada para una empresa como DOGO HOME que puede ser un disruptor de mercado con una forma de ofrecer servicios para caninos de una manera diferente y acorde a las necesidades tanto de las mascotas como de los dueños de estas.

- A partir de los análisis realizados logramos encontrar que las empresas del sector no se encuentran muy desarrolladas en sus campañas de marketing, ni en sus medios de atracción de tráfico para sus canales digitales, en los cuales DOGO HOME debe apoyarse para obtener un mayor alcance y posicionarse de forma rápida y eficiente, creando a su vez comunidad y ganarse su confianza.

- Las redes sociales más importantes, como lo son Instagram, Facebook y TikTok son medios que dan grandes oportunidades para DOGO HOME al generar el impacto y lograr la comunidad que se espera.

- Finalmente, el correo electrónico y los anuncios de display son canales que brindan la oportunidad de estar diariamente con el cliente o posible cliente, ya sea por contacto directo con información de interés por medio del correo electrónico o apareciendo en los display de Google Ads.

15 Referencias

- Agudelo, D. (2023). ¿Qué es una estrategia de contenidos y por qué es importante?  
[Triario]. <https://www.triario.co/blog/que-es-una-estrategia-contenidos>
- Aldana Cabas, S. (2023). Los productos para mascotas, un mercado que ha movido \$3 billones en cinco años. La Republica. <https://amp.larepublica.co/empresas/los-productos-para-mascotas-un-mercado-que-ha-movido-3-billones-en-cinco-anos-3682778>
- Amazon Ads. (2023). Fundamentos de remarketing: Qué es, por qué es importante y cómo hacerlo. Amazon Ads. <https://advertising.amazon.com/library/guides/remarketing>
- Cambridge Dictionary. (2023). Pet-friendly. Cambridge Dictionary.
<https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/pet-friendly>
- Dazzet. (2023). Qué es un Popup y cómo hacer uno efectivo. Dazzet el Marketing como es.
<https://dazzet.co/que-es/popup/>
- Escuredo, R. (2023). Qué es una Newsletter y cómo hacer una para promocionar tu Empresa. Thinking for Innovation. <https://www.iebschool.com/blog/que-es-una-newsletter-y-como-hacer-una-inbound-marketing/>

García, G. (2020). ¿Qué conviene más: Paseador, guardería o colegio canino? El Tiempo.

<https://www.eltiempo.com/vida/mascotas/perros-que-conviene-mas-paseador-guarderia-o-colegio-canino-539313>

Giraldo, V. (2019). Plataformas digitales: ¿qué son y qué tipos existen? Rock Content.

<https://rockcontent.com/es/blog/plataformas-digitales/>

Hyliacom. (2022). ¿Qué son las keywords o palabras clave? ¿Cómo afectan a tu visibilidad?

[Hyliacom]. <https://hyliacom.es/keywords-palabras-clave-no-94/>

Jofre, D. (2022). La clave para no perder al cliente en el peor momento está en la pasarela

de pago. Data Center Market. <https://www.datacentermarket.es/mercado/la-clave-para-no-perder-al-cliente-en-el-peor-momento-esta-en-la-pasarela-de-pago/>

Parra, A. (2023). ¿Qué es una prueba de concepto? QuestionPro.

<https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-una-prueba-de-concepto/>

RAE. (2019). Adiestrar. Diccionario de la lengua española.

<https://www.rae.es/drae2001/adiestrar>

Similarweb. (2023). Análisis del tráfico, estadísticas de clasificación y pila tecnológica de

pro.similarweb.com. Similarweb.

<https://www.similarweb.com/es/website/pro.similarweb.com/>