

ZEGEL IPAE
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS



APP VAINILLA STORE

**PROYECTO DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE
BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS, PRESENTADA POR:**

SANTISTEBAN SANCHEZ, Liz

PL70981558

VELA CUADROS, Kevin

PL72806179

LIMA, 2020

Resumen Ejecutivo

El auge de las apps móviles a nivel mundial es una realidad innegable ya que los usuarios están en constante búsqueda de herramientas que faciliten sus actividades, también buscan ganar cierto posicionamiento gracias al hecho de estar siempre de la mano con la tecnología, es por eso que la creación y aplicación de una app que “se adelante a tus eventos o fechas importantes” llega a ser una gran oportunidad para innovar.

El objetivo de la tesis es plantear una solución a los tiempos escasos que tiene nuestro público objetivo por medio del aplicativo móvil.

El proyecto planteado resulta sostenible en el tiempo gracias a que es diferenciador a las apps que existen actualmente, también contribuye a una vida más cómoda y sencilla de nuestro target.

¿Cómo lograr que hagan uso recurrente?

El servicio de la app de Vainilla les brindará a sus clientes una plataforma donde puedan escoger entre ciento de opciones de regalos diferenciados por ocasión, género, gustos y preferencias; pero también será el asistente perfecto de selección, compra y entrega para aquellos que deseen asesoramiento personalizado.

Las comunidades online permiten que los usuarios tengan presente la aplicación, es necesario hacer un esfuerzo para que ésta se convierta en su **alternativa principal a la hora de solucionar un problema**. Para que una comunidad en las redes sociales se mantenga activa, la empresa puede ofrecer consejos, contenidos relacionados con la temática en particular de la aplicación y reseñas entre otro tipo de contenidos con el objetivo de que los usuarios interactúen de manera permanente.

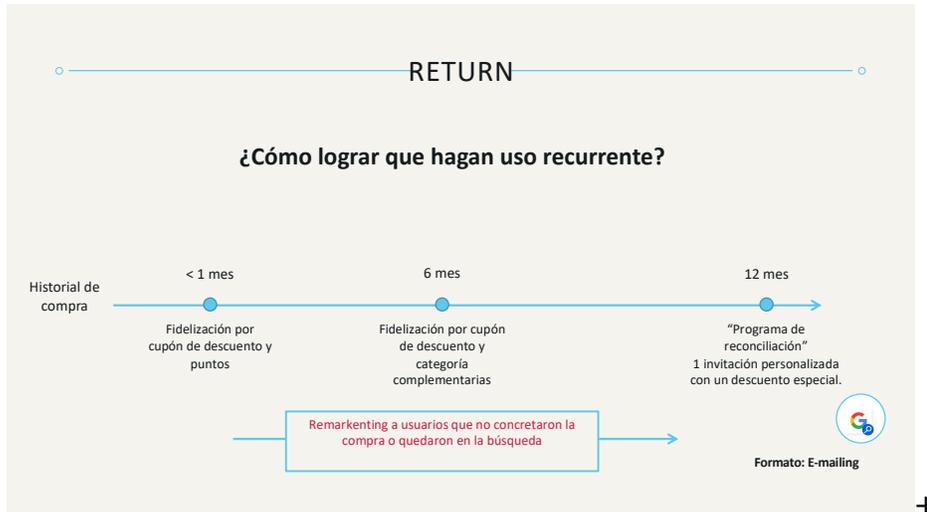
Finalmente, una buena táctica para aumentar la retención es mantener la aplicación permanentemente actualizada. Esta iniciativa tiene dos ventajas: por un lado permite ofrecer siempre una buena experiencia, compatible con todos los equipos y sistemas operativos y, a su vez, genera una sutil notificación en la que el usuario recuerda que tiene la aplicación instalada en su dispositivo.

Es importante, sin embargo, **ser cautos con la cantidad de actualizaciones que se realiza a lo largo del año**. Recibir actualizaciones permanentemente puede cansar a los usuarios y llevarlos a desinstalar la aplicación.

Con la enorme cantidad de nuevas aplicaciones que se publican todos los días, muy pocos pueden lograr mantener exitosa la suya por un tiempo prolongado, sin trabajar activamente en ella.

¿Cómo lograremos que nuestros clientes vuelvan a comprar?

Gráfico N°1: Estrategia de uso del APP



Fuente: Elaboración Propia

Se tiene pensado realizar campañas vía E-mailing para crear un remarketing a los usuarios que realizaron la descarga de la app sin embargo no concretaron ninguna compra o simplemente se quedaron en la búsqueda del producto.

Las opciones serían dependiendo del tiempo que dejaron de comprar:

- 1 mes: fidelización por cupón de descuento o puntos
- meses: fidelización por cupón de descuento, puntos o categorías complementarias.
- 12 meses: programa de reconciliación "invitación personalizada para un descuento especial"