

SEGUNDA PARTE DEL PROYECTO.

No es necesario enviar nuevamente todo el proyecto.

Elementos fase 1:

Diagnóstico completo del negocio digital: análisis externo, interno, FODA y definición de objetivos estratégicos SMART.

En esta Fase se traduce la estrategia en competitividad digital ejecutable.

0. En una breve síntesis (máximo 10 líneas), responde:

- ¿Cuál fue la principal oportunidad detectada?
- ¿Cuál fue la principal amenaza?
- ¿Cuál es tu fortaleza clave?
- ¿Cuál es el objetivo estratégico más importante que definiste?

1. Ventaja Competitiva Elegida (Porter)

En esta sección debes dejar claro **cómo vas a competir**.

Elige una estrategia dominante:

- Liderazgo en costos
- Diferenciación
- Enfoque

Tabla 1. Decisión Estratégica	
Elemento	Respuesta
Estrategia elegida	
¿Por qué esta estrategia es coherente con tu diagnóstico?	
¿Qué harás más que otros?	
¿Qué NO harás? (renuncia estratégica)	

Ejemplo:

Estrategia: Diferenciación

Haré más: Experiencia personalizada y seguimiento automatizado.

No haré: Competir por precio bajo.

2. Propuesta de Valor

Ahora traduce tu ventaja competitiva en una propuesta clara.

Debe responder:

- ¿A quién ayudas?
- ¿Qué problema resuelves?
- ¿Por qué eres diferente?

Tabla 2. Propuesta de Valor	
Elemento	Respuesta
Cliente ideal	
Problema que resuelve	
Beneficio principal	
Diferenciador clave	
Propuesta de valor (máximo 1 párrafo)	

Ejemplo:

“Ayudamos a pequeñas empresas a digitalizar su captación de clientes mediante automatización accesible y personalizada.”

3. Matriz de Valor Percibido

Aquí debes demostrar que entiendes qué significa “valor” para tu cliente.

Matriz de “Valor Percibido”		
¿Qué valora el cliente digital?	¿Cómo lo traduzco a atributos concretos?	¿Dónde se vive? (punto de contacto)
Tiempo		
Confianza		
Facilidad		
Personalización		
Precio		

4. Segmentación + Buyer Persona

En esta tabla definirás claramente a quién vas dirigido. AJUSTALO SI TU CLIENTE ES EMPRESARIAL O ES CONSUMIDOR FINAL

Segmentación y Buyer Persona		
Aspecto	Segmento 1	Segmento 2 (opcional)
Perfil general		
Edad aproximada		
Ocupación		
Nivel digital		
Problema principal		
Qué valora más		
Canal digital principal		
Qué lo haría confiar en tu marca		

Debe ser realista y específico

5. Balanced Scorecard

Aquí traduces tu estrategia a ejecución estructurada.

Instrucción: 1–2 objetivos por perspectiva. Máximo 8.				
Perspectiva	Objetivo (intención)	Indicador principal	Meta	Iniciativas (1–3 acciones)
Finanzas				
Finanzas				
Clientes				
Clientes				
Procesos				
Procesos				
Aprendizaje				
Aprendizaje				

6. Estrategias de Marketing Digital

Aquí se explica cómo alcanzarás a tu segmento definido.

Plan de Marketing Digital			
Canal	Objetivo del canal	Acción concreta	Métrica principal
Redes sociales			
SEO			
Email marketing			
Publicidad digital			

7. Opción estratégica digital

Opción estratégica digital (elige 1–2) y la traducción táctica				
Opción estratégica digital	¿Qué brecha la justifica?	Decisión estratégica	Traducción táctica (acciones)	KPIs que se mueven
Transformación digital				
Diferenciación por experiencia (CX)				
Omnicanal				
Innovación en modelo de negocio				
Internacionalización digital				
Estrategia basada en datos				

8. KPIs Estratégicos

Define al menos 5 KPIs que midan tu estrategia.

KPIs Estratégicos (al menos 4)				
KPI	Fórmula	Frecuencia	Responsable	Meta

Cierre Estratégico

Redacta un cierre breve explicando:

- Cómo tu ventaja competitiva se traduce en propuesta de valor.
- Cómo el BSC permite ejecutar la estrategia.
- Cómo los KPIs permiten ajustar.
- Por qué tu negocio puede ser digitalmente competitivo.