Resumen Ejecutivo

La aplicación móvil sobre biodiversidad y especies tiene como objetivo educar e informar a los usuarios sobre la riqueza de la flora y fauna de la región.

Para potenciar el alcance y la adopción de la app, se proponen las siguientes estrategias de marketing:

Presencia en redes sociales:

Crear y mantener cuentas activas en las principales redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter).

Publicar contenido de valor, como información sobre especies, consejos de conservación, imágenes y vídeos atractivos.

Interactuar con la comunidad, responder preguntas y fomentar la participación.

Realizar campañas promocionales y de concientización.

Colaboraciones y alianzas:

Establecer asociaciones con organizaciones locales de conservación, parques naturales y universidades.

Co-crear contenido y actividades conjuntas para llegar a nuevos públicos.

Aprovechar los canales y redes de estas organizaciones para amplificar el alcance.

Estrategia de contenidos:

Desarrollar un calendario editorial diverso y atractivo, incluyendo:

Información científica y educativa sobre especies.

Historias y testimonios de personas involucradas en la conservación.

Recomendaciones y consejos prácticos para proteger la biodiversidad.

Contenido multimedia (fotos, videos, infografías) que capten la atención.

Distribuir el contenido a través de la app, redes sociales y otros canales relevantes.

Eventos y activaciones:

Organizar o participar en eventos locales relacionados con la naturaleza y la conservación.

Realizar actividades de educación y concientización, como talleres, excursiones guiadas o ferias ecológicas.

Ofrecer experiencias memorables a los usuarios que los incentiven a descargar y usar la app.

Programa de embajadores y líderes de opinión:

Identificar y colaborar con influencers, expertos y personalidades relevantes en el ámbito de la biodiversidad.

Involucrarlos como embajadores de la marca, generando contenido y promoviendo la app entre sus seguidores.

Aprovechar su credibilidad y alcance para llegar a nuevos públicos interesados.

Análisis y optimización continua:

Monitorear el desempeño de las estrategias de marketing a través de métricas clave.

Analizar los datos de uso y comportamiento de los usuarios para identificar oportunidades de mejora.

Ajustar y refinar constantemente las acciones de marketing para maximizar el impacto.