1. ANÁLISIS Y PLANEACIÓN OPERATIVA MENSUAL

1.1. REALIZAR UN (1) ANÁLISIS MENSUAL DE LA INFORMACIÓN DISPONIBLE DEL CANAL DIGITAL (VENTAS, TRÁFICO, INTERACCIÓN Y CONVERSIÓN).

Se realizó el análisis del comportamiento de los canales digitales en el mes de enero, con el objetivo de evaluar el desempeño de las plataformas en términos de tráfico, interacción y conversión, y a partir de estos resultados definir las acciones tácticas que deberán implementarse en el periodo inmediato para fortalecer el crecimiento y alcance de la comunidad digital.

El diagnóstico se desarrolló a partir del análisis de indicadores clave como visualizaciones, alcance, interacción con el contenido, clics en enlaces, visitas a los perfiles y crecimiento de seguidores.

Comportamiento del canal en enero

El análisis evidenció que el canal digital presenta un comportamiento estable en términos de consumo de contenido por parte de la audiencia actual; sin embargo, se identificaron oportunidades de mejora relacionadas principalmente con la ampliación de la audiencia y el fortalecimiento de la comunidad digital, factores que inciden directamente en el alcance de las publicaciones y en el nivel de interacción con los contenidos.

A partir de este análisis se concluye que el crecimiento del canal dependerá en gran medida de incrementar la base de seguidores, lo cual permitirá aumentar la visibilidad de los contenidos, fortalecer la interacción con la audiencia y mejorar los niveles de tráfico hacia los activos digitales de la Loteria del Risaralda

VARIABLE ANALIZADA	DIAGNÓSTICO MES ENERO	OPORTUNIDAD IDENTIFICADA	ACCIÓN ESTRATÉGICA A IMPLEMENTAR
Tráfico	El canal mantiene un nivel estable de visualizaciones y visitas, pero el alcance de los contenidos se concentra principalmente en la audiencia existente.	Incrementar la exposición de los contenidos a nuevas audiencias.	Implementar campañas de pauta digital orientadas a ampliar el alcance y atraer nuevos usuarios al canal.
Interacción	Las publicaciones generan participación dentro de la comunidad actual, pero el volumen de interacción está limitado por el tamaño de la audiencia alcanzada.	Aumentar la base de usuarios para potenciar la interacción con los contenidos.	
Conversión	El crecimiento de seguidores se mantiene en niveles moderados, lo que limita la expansión orgánica del canal.	Ampliar la comunidad digital para mejorar la distribución de los contenidos.	

1.2 DEFINICIÓN DEL PLAN MENSUAL DE ACCIONES DIGITALES

Con base en el análisis del comportamiento del canal digital realizado durante el mes de enero, se definió un plan de acciones orientado a fortalecer el desempeño de las plataformas en términos de tráfico, interacción y conversión, priorizando estrategias que permitan ampliar la audiencia digital y mejorar el alcance de los contenidos.

El diagnóstico evidenció que los principales retos del canal digital se relacionan con la disminución en indicadores de alcance, visualizaciones e interacción, así como un crecimiento moderado en la base de seguidores. En este contexto, se determinó que una de las acciones prioritarias debía enfocarse en fortalecer el crecimiento de la comunidad digital, ya que una mayor base de seguidores contribuye directamente a mejorar la distribución de los contenidos dentro de las plataformas.

A partir de estos hallazgos, se definió implementar durante una estrategia de pauta digital orientada a la captación de nuevos seguidores, con el objetivo de ampliar la audiencia de las redes sociales y potenciar el alcance de las publicaciones.

Esta estrategia contempla:

- **Implementación de campañas publicitarias enfocadas en el crecimiento de seguidores en redes sociales.**
- **Segmentación de audiencias con intereses relacionados con los productos y servicios de la Lotería del Risaralda.**

La ejecución de estas acciones permitirá fortalecer la comunidad digital, incrementar el alcance de los contenidos y mejorar los niveles de interacción, generando condiciones favorables para el crecimiento del canal digital en los meses siguientes.

1.3 PRIORIZACIÓN DE TÁCTICAS DE IMPULSO

Se definió implementar una estrategia de impulso basada en dos frentes complementarios: ampliación de audiencia en redes sociales y activación directa de clientes a través de canales de comunicación directa.

En primer lugar, se priorizó la implementación de campañas de pauta digital orientadas al crecimiento de seguidores, con el propósito de ampliar la comunidad digital de la marca y mejorar el alcance de las publicaciones en redes sociales. El incremento en la base de seguidores permite fortalecer la visibilidad de los contenidos y generar mayores oportunidades de interacción con la audiencia.

De manera complementaria, se definió la implementación de una estrategia de mensajería directa mediante SMS dirigida a clientes de la Lotería, con el objetivo de incentivar el ingreso al sitio web oficial de la lotería y promover la compra de Lotería de manera digital.

Esta acción busca activar la base de clientes existente, dirigir tráfico hacia los activos digitales de la organización y fomentar el uso de los canales digitales para la compra de productos.

La combinación de estas dos tácticas permite impactar de manera integral los principales indicadores del canal digital:

- **Mayor alcance y crecimiento de audiencia mediante campañas de pauta digital.**
- **Incremento del tráfico hacia el sitio web a través de la activación de clientes por medio de SMS.**
- **Fortalecimiento de la conversión digital, incentivando la compra de productos a través de plataformas en línea.**

De esta manera, las acciones de impulso definidas buscan fortalecer el ecosistema digital de la organización, mejorar la visibilidad de los contenidos y promover la adopción de los canales digitales por parte de los clientes.

2. EJECUCIÓN DE ACCIONES DIGITALES

2.1. EJECUTAR MÍNIMO UNA (1) ACCIÓN MENSUAL DE IMPULSO DIGITAL, QUE PODRÁ INCLUIR: CAMPAÑAS DE PAUTA DIGITAL EN PLATAFORMAS COMO META ADS, ENVÍO DE MENSAJES PROMOCIONALES O INFORMATIVOS A TRAVÉS DE SMS O WHATSAPP, ADMINISTRAR OPERATIVAMENTE LOS RECURSOS DESTINADOS A PAUTA DIGITAL.

Se ejecutaron dos campañas de pauta digital en plataformas del ecosistema Meta, como tambien se hizo la activación de clientes mediante campañas de mensajería SMS, con el objetivo de ampliar la audiencia digital, incrementar el tráfico hacia los activos digitales y promover el uso de los canales digitales para la compra de productos.

Las campañas de pauta digital generaron más de 106 mil reproducciones y un alcance superior a 63 mil personas, permitiendo además la captación de 1.542 nuevos seguidores en redes sociales y 828 visitas al perfil institucional, lo que contribuye a fortalecer la comunidad digital y mejorar el alcance orgánico de los contenidos.

De manera complementaria, se realizaron campañas de mensajería SMS dirigidas a clientes de la Lotería, mediante las cuales se enviaron 6.441 mensajes, de los cuales 6.165 fueron entregados exitosamente, logrando una tasa de entrega cercana al 96%. Esta acción permitió incentivar el ingreso al sitio web y promover la compra de la lotería a través de canales digitales.

CAMPAÑA	REPRODUCCIONES	PERSONAS ALCANZADAS	RESULTADO
Campaña crecimiento de seguidores Facebook	85.952	50.925	1.542 seguidores o "Me gusta"
Campaña interacción Instagram	20.558	12.578	828 visitas al perfil



Envío de mensajes SMS

Como parte de la estrategia de activación de clientes, se realizaron campañas de mensajería SMS dirigidas a la base de datos de clientes de la Lotería, con el objetivo de incentivar el ingreso al sitio web y promover la compra digital del producto.

Resultados de la campaña SMS

Mensajes enviados: 6.441
Mensajes entregados: 6.165
Tasa aproximada de entrega: 95,7% de entrega,

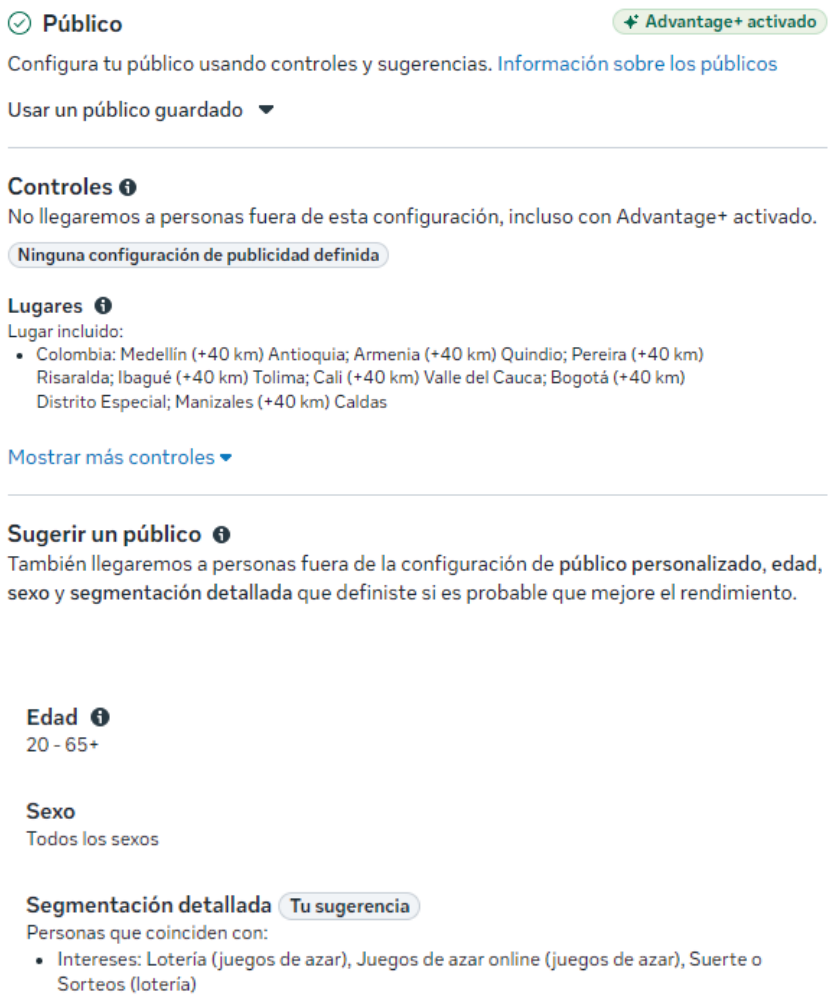
lo que indica un alto nivel de efectividad en la distribución de los mensajes.

Tipo	Total	Coste
SMS Push	5441	198,953.00000COP$
Total	**6441**	**198,953.00000COP$**

2.2. VELAR POR LA CORRECTA IMPLEMENTACIÓN, SEGMENTACIÓN Y MONITOREO DE LAS CAMPAÑAS.

Durante la ejecución de las acciones de impulso digital se garantizó la correcta implementación y seguimiento de las campañas, asegurando que las estrategias definidas se desarrollaran de manera adecuada y alineadas con los objetivos establecidos en el plan de acción del periodo.

Para ello, se realizó la configuración y segmentación de las campañas de pauta digital, definiendo audiencias específicas con base en criterios demográficos, geográficos, intereses y comportamientos digitales, con el propósito de dirigir los contenidos hacia usuarios con mayor probabilidad de interactuar con la marca y vincularse a los canales digitales.



3. SEGUIMIENTO Y CONTROL DE DESEMPEÑO

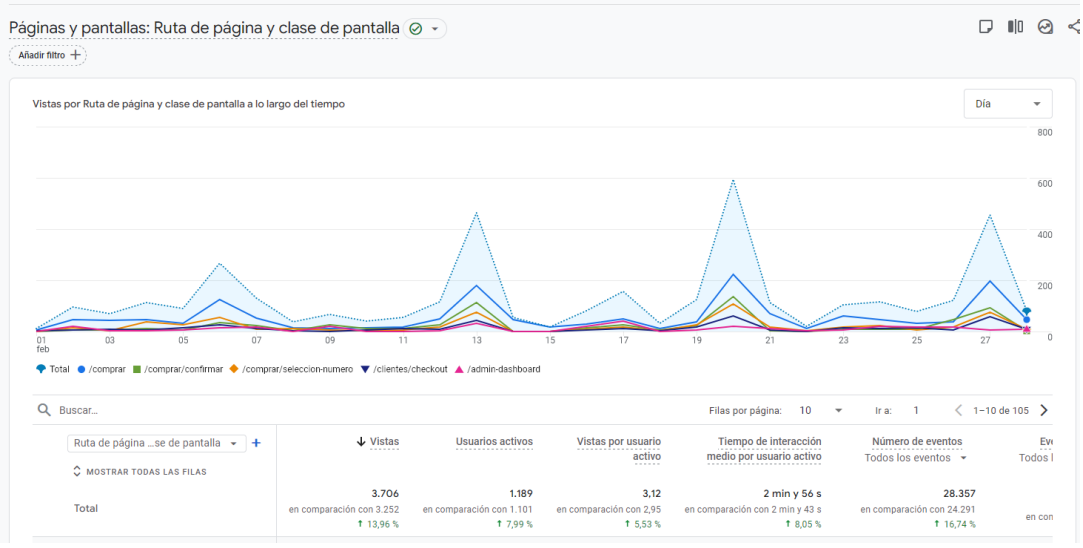
3.1. MONITOREAR DE MANERA PERMANENTE LOS INDICADORES CLAVE DE DESEMPEÑO (KPIS) DEL CANAL DIGITAL, TALES COMO: VENTAS DIGITALES, CONVERSIÓN, TRÁFICO WEB, ALCANCE E INTERACCIÓN EN FACEBOOK E INSTAGRAM

Con el fin de evaluar el comportamiento del canal digital y medir el impacto de las acciones implementadas, se realizó el monitoreo permanente de los principales indicadores de desempeño asociados al ecosistema digital, incluyendo tráfico web, alcance e interacción en redes sociales y ventas digitales.

A continuación, se presentan las tablas comparativas entre los resultados registrados durante los meses de enero y febrero.

DESEMPEÑO DEL SITIO WEB (GOOGLE ANALYTICS)

INDICADOR	ENERO	FEBRERO	% VARIACIÓN
Visitas al sitio	3.252	3.706	**13,90%**
Usuarios activos	1.101	1.189	**7,90%**
Vistas por usuario	2,95	3,12	**5,50%**
Tiempo promedio de interacción	2:43	2:56	**8,00%**
Eventos registrados	24.291	28.357	**16,70%**



3. SEGUIMIENTO Y CONTROL DE DESEMPEÑO

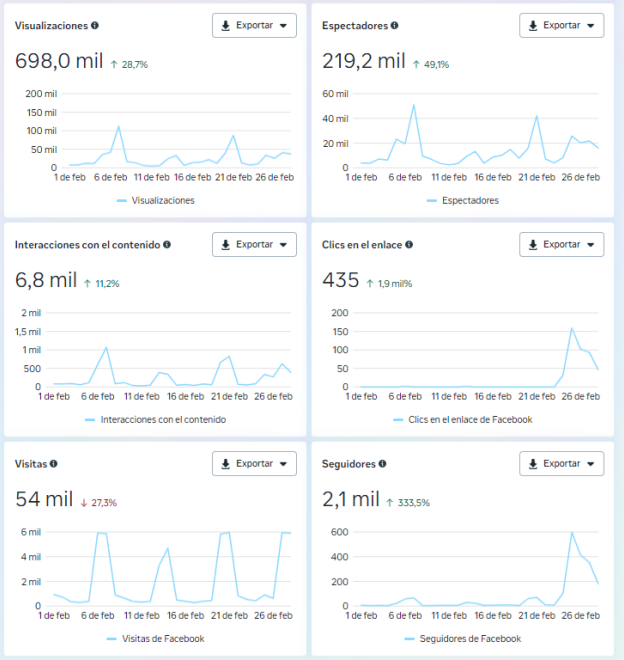
DESEMPEÑO EN FACEBOOK

INDICADOR	ENERO	FEBRERO	% VARIACIÓN
Visualizaciones	690.800	698.000	+1,04%
Espectadores	236.700	219.200	-7,39%
Interacciones	7.000	6.800	-2,86%
Clics en enlaces	141	435	+208,5%
Nuevos seguidores	555	2.100	+278,4%

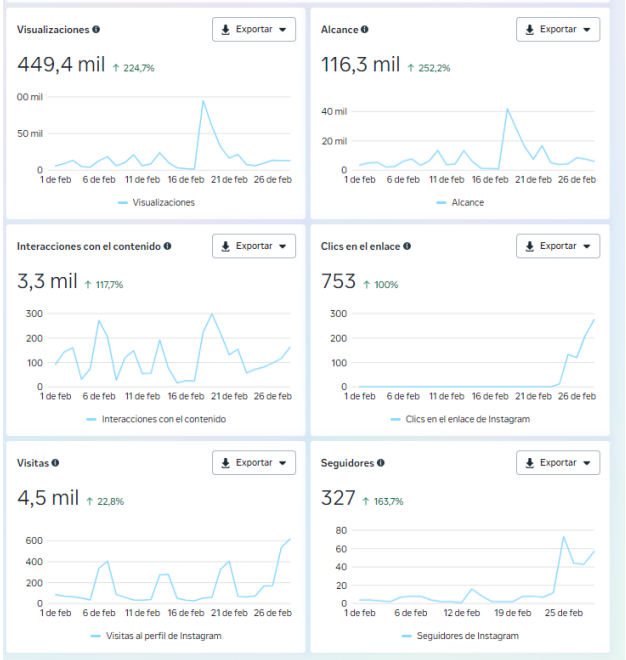
DESEMPEÑO EN INSTAGRAM

INDICADOR	ENERO	FEBRERO	% VARIACIÓN
Visualizaciones	154.100	449.400	224,70%
Alcance	35.000	116.300	252,20%
Interacciones	1.700	3.300	117,70%
Clics en enlaces	0	753	
Visitas al perfil	4.300	4.500	22,80%

FACEBOOK



INSTAGRAM



3. SEGUIMIENTO Y CONTROL DE DESEMPEÑO

VENTAS POR SORTEO

SORTEO	FECHA DEL SORTEO	VENTAS TOTALES
2940	21-feb-26	$ 1.988.000
2939	16-feb-26	$ 1.848.000
2938	7-feb-26	$ 1.772.000

- El sorteo con mayor venta fue el 2940 (21 de febrero de 2026) con $1.988.000.
- Los tres sorteos más fuertes fueron 2940, 2939 y 2938, todos en febrero.

Esto evidencia una tendencia creciente en las ventas a medida que avanzaron los sorteos, reflejando una mayor dinámica comercial hacia el final del periodo. Asimismo, permite validar la efectividad de los estímulos y acciones implementadas en los canales digitales, los cuales contribuyeron a fortalecer la demanda y el desempeño comercial.

3.2 ANALIZAR LOS RESULTADOS Y GENERAR RECOMENDACIONES DE OPTIMIZACIÓN.

1. INCREMENTAR LA RECURRENCIA Y EL VALOR DE COMPRA DE LOS CLIENTES ACTUALES.

Es importante diseñar estrategias dirigidas a los clientes que ya muestran recurrencia en la compra por sorteo. En este caso, sería recomendable implementar incentivos que motiven al cliente a aumentar su volumen de compra, buscando que adquiera al menos el doble de lo que actualmente compra por sorteo.

Adicionalmente, sería conveniente establecer incentivos específicos para dinamizar las ventas en los llamados “días fríos”, como lunes y martes, con el fin de estimular la demanda en momentos de menor actividad comercial.

2. ATRAER NUEVOS CLIENTES DIGITALES.

Actualmente, la base de datos cuenta con aproximadamente 1.000 clientes digitales, por lo que resulta prioritario ampliar esta base. Para lograrlo, se hace necesario implementar incentivos o campañas específicas orientadas a la captación de nuevos clientes, que permitan incrementar el número de usuarios registrados y activos en el canal digital.

En conjunto, estas acciones permitirían fortalecer la recurrencia de los clientes actuales, aumentar el ticket de compra y expandir la base de clientes digitales, generando así un crecimiento sostenido en las ventas del canal.

Lotería del Risaralda

nuevos LEADS

Persona interesada en la lotería que deja sus datos para poder contactarla o hacerle seguimiento. ***No es todavía una venta. Es una oportunidad de venta.***

Lotería del Risaralda

¿Y si...

lográramos que muchas personas aprendan a comprar la Lotería online... sin comprarla?



Lotería del Risaralda



Sorteo viernes - Billete Completo

Sorteo: 20/02/2026

Billete completo

$12.000 COP

Comprar ahora



Participa por un Alexa Gratis

Sorteo: 20/02/2026

Fracciones disponibles

$0 COP
por fracción

Comprar ahora

5% Descuento

Suscripción 3 meses

Plan de 13 sorteos

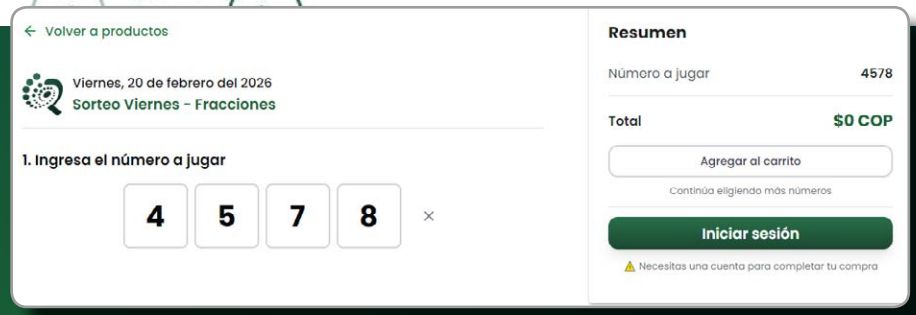
Billete completo

~~$156.000~~

$148.200 COP

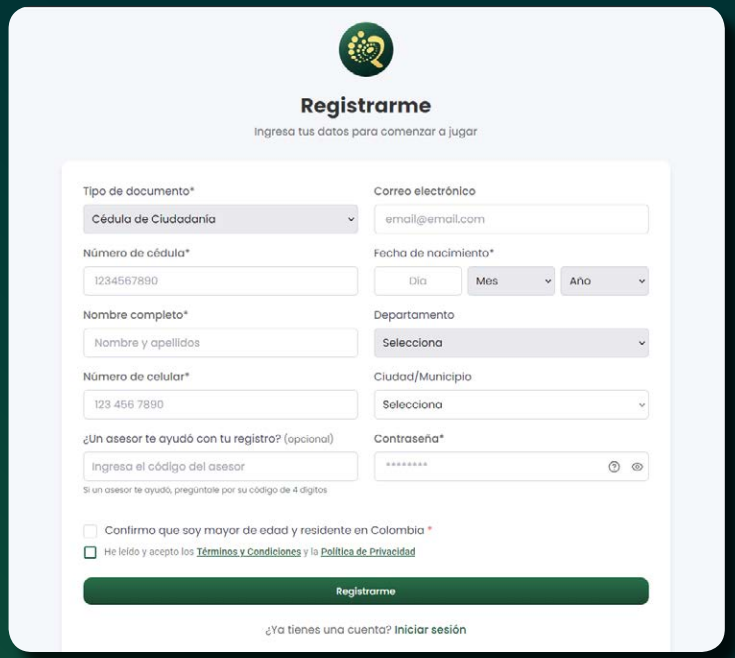
Comprar ahora





Lotería del Risaralda

DAME TUS
DATOS



YO TE HAGO
REMARKETING

CONVERSIÓN

Lotería del Risaralda

¿POR QUÉ

ES IMPORTANTE ?

Captamos leads con intención real

Enseñamos a comprar antes de vender

Reducimos la barrera psicológica de pago online

Dejamos al usuario a un clic de su primera compra real

Lotería del Risaralda

DESAFIO ACTUAL

INCREMENTAR LA VENTA

Lotería del Risaralda

Desafio x10

*Es entre 5 y 7 veces más costoso adquirir un nuevo cliente que **retener uno existente.***
Frederick Reichheld, consultor

Lotería del Risaralda

Desafio X 10

A partir del 20 de febrero, los usuarios que compren 10 sorteos consecutivos participarán automáticamente por... (COLOQUE AQUÍ EL INCETIVO)

Lotería del Risaralda

¿POR QUÉ?

Incrementar frecuencia de compra.

Construir hábito digital sostenido.

Aumentar el ingreso ticket promedio.


Lotería del
Risaralda