# RESUMEN

# ÍNDICE

# LISTA DE TABLAS

# LISTA DE FIGURAS

# INTRODUCCIÓN

**Capítulo I – La alimentación de clientes con productos de nutrición.**

**1.1 Origen y tendencias de productos nutricionales para la alimentación de clientes**

1.2 Estrategias en las ventas de productos nutricionales de empresas exitosas.

4LIFE

NATURE VALLEY

NUTRILITE-AMWEY

BEACHBODY

NATURA

Tabla comparativa de marcas

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Marca/Productos** | **URL** | **Objetivo** | **Ventajas** | **Desventajas** |
| 4LIFE |  |  |  |  |
| NATURE VALLEY |  |  |  |  |
| NUTRILITE-AMWEY |  |  |  |  |
| BEACHBODY |  |  |  |  |
| NATURA |  |  |  |  |

**1.3 Diagnostico y situación actual de los productos HERBALIFE y seguimiento a clientes en República Dominicana.**

**Capítulo II – Diseño de un modelo de coaching en la evaluación, asesoría y seguimiento de manera virtual a personas que requieren perder peso con una alimentación inteligente.**

2.1 Condiciones y requerimientos en del portal de coaching virtual para la alimentación inteligente.

**2.1.1 Condiciones previas a la plataforma.**

Gran parte de los empleos comprenden un alto porcentaje de personas ocupadas, por lo general aquellos empleados de oficina que laboran en horarios extendidos, no tienen suficiente tiempo para dedicarlos a su vida personal, la demanda de negocios hace que estos estén más pendiente de su trabajo que de su salud. La obesidad va ganando terreno en esas personas cuyo entrenamiento físico es nulo y la alimentación es basada en grasas saturadas provenientes de la comida rápida, ya que no poseen el tiempo suficiente para alimentarse de manera adecuada. Consumir suplementos nutricionales se ha convertido en tendencia por la facilidad de uso para aquellos con falta de tiempo para preparar alimentos que contengan los componentes necesarios una nutrición completa. A pesar de ello, muchos de los clientes no reciben la orientación adecuada y terminan abusando de los productos sin obtener los resultados deseados.

La evolución de la tecnología, las herramientas electrónicas han facilitado el intercambio comercial a través del comercio electrónico el cual se ha convertido en una manera efectiva de hacer negocios. En el caso de los productos nutricionales y suplementos para el control de peso, la mayoría de estos se comercializan a través de páginas web, dichos portales proveen a de la información básica, catálogos con breve descripción de los productos y consejos útiles de nutrición. En el caso de Herbalife esta empresa posee un modelo de comercialización a través de marketing multinivel \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_aclarar el modelo de negocios\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ por lo que no se involucran directamente con el consumidor del producto. Los asociados independientes por su parte, la gran mayoría se preocupa más por alcanzar metas financieras y posicionamiento en ventas, descuidando al cliente consumidor final y la satisfacción del mismo.

A raíz de estas condiciones, es que pensando en la satisfacción del cliente hemos planteado una plataforma que brinde asistencia a través de coaching virtual, un modo fácil y práctico para estar al pendiente de la nutrición de aquellas personas que desean perder peso, mantenerse saludables y prevenir enfermedades.

**2.1.2 Requerimientos para la elaboración**

En este apartado le corresponde a Alfredo alias mi haragán tiene que esmerarse en cuanto a programación se refiere porque su novia no sabe nada de eso. Supongo que aquí vas a hablar de las características y sistema que utilizaras para crear la plataforma o no sé como se llame lo que utilizan para ello. La mecánica del coaching- clientes.

**2.2 Componentes y estructura de la estrategia de coaching en el portal para brindar asistencia personalizada.**

Como estará estructurado y cuales redes sociales estarán asociadas para su funcionamiento, asistencia y publicidad, modo de pago asociado,etc. En eso no te puedo ayudar no supiiiii

2.3 Técnicas y Procedimientos en el desarrollo del coaching virtual en clientes de una empresa comercializadora de productos de nutrición.

Ni idea de que carajos vas a hacer ahí. Pero se trata de estrategias que harán que tu plataforma funcione y obtengas ganancias.

CAPÍTULO III: VALORACIÓN DEL MODELO PROPUESTO EN EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA HERBALIFE

**3.1 Ejemplificación de la factibilidad en la plataforma de seguimiento a clientes en la Empresa Herbalife.**

Los tres elementos principales en los que se apoyara la plataforma para funcionar

1. Factor económico
2. Herbalife y herramientas de apoyo para publicidad.
3. La estructura organizacional.

3.1.1 Factibilidad Económica: Relación Coste - Beneficio

Se supone que la inversión es mínima, puesto que la mayor inversión seria en publicidad a través de las redes sociales con publicidad paga que se visualiza de manera automática en los perfiles de usuario. Por lo que el retorno de beneficios será gratificado siempre que se mantenga una buena masa de clientes. Arreglalo alfredo

* + 1. Factibilidad Técnica: Herbalife/Herramientas y Canales de Apoyo

Comercialización de productos Herbalife y por supuesto que esta compañía tenga popular prestigio y herramientas de apoyo para publicidad.

3.1.3 Factibilidad Operativa: Estructura Organizacional

La estructura organizacional con la que operara.

Describir los operarios de la misma. El famoso comunity management y no sé que mas

3.2 Ventajas y desventajas de una plataforma de seguimiento a clientes en el proceso de lograr una alimentación inteligente.

Por supuesto

No todo es color de rosa, alguna desventaja debe tener tu plataforma y por supuesto debe tener sus ventajas.

El Coaching nutricional:

El coaching surgido en la década de los 70’s ha sido aplicado en diversos campos, sin embargo en el campo de la nutrición es uno de los últimos en los que ha sido implementado, en su origen ha sido aplicado para el rendimiento deportivo. <http://corporalmc.com/que-es-el-coaching-nutricional/>

.

Buscar en internet,

1. Breve reseña de cuando surge la Tendencia a comercializar productos nutricionales, tanto físico como virtual.
2. Describir las principales empresas que venden estos productos y agregar imágenes de dichos productos.
3. Tabla de comparación de las diferentes empresas y productos.
4. Análisis del alcance de Herbalife, todo lo referente incluyendo las redes sociales que posee.
5. Su consumo objetivo: ósea si es para nutrición o para pérdida de peso.
6. Diseño de plataforma todo lo que tenga que ver con ello le toca a Alfredo incluyendo la relación de enlaces con redes sociales.