PLAN ESTRATEGICO DE TRABAJO													
VISIÓN ESTRATÉGICA	ÁREA CLAVE	ESTRATEGIAS - ACTIVIDADES	OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA Responde al POR QUE?	ACCIONES Responde al COMO	METAS Responde al QUE	INDICADOR (KPI que impacta)	PROGRAMACIÓN Responde al CUÁNDO	RESPONSABLE Responde al QUIÉN	RECURSOS REQUERIDOS	PRESUPUESTO CUÁNTO EN \$	Avance	% Cumplimiento	Corte de seguimiento
Transformar a Roseti en una marca premium disenadora de experiencias memorables que transmiten sentimientos profundos y crean momentos mágicos a través de los detalles personalizados	Mercadeo	biseñar y construir una estrategia de marca de alto nível, expertos asescres, para convertirnos en una indrada asescra de ideas y/o en un laboratorio de creatividad sertimental. Somos Roseit, 'Quardianas del amor, diseñadoras de Experiencias; creadoras de momentos mágicos y únicos'	Incrementar el potencial de mercado y de clientes mediante la ampliación de nichos, usco y ocasiones de consumo	Construir el Storytelling de Roseti incluyendo el ¿Para qué existimos? ¿Cómo lo hacemos?, ¿Qué nos hace diferentes? ¿Cuáles alternativas tenemos?	Contar con un pitch comercial estructurado, diferencial y fácilmente replicable en todos los niveles	Lineas de negocios	30 de noviembre de 2023	Viviana Fuentes José Laguado	Tiempo de estructuración Recursos ofimáticos Storytelling	\$150000	Se construye un pitch preliminar comercial orientado a generar alianzas empresariales para regalos corporativos. También, se diseña la experiencia del cliente en el punto de venta	85%	19/10/2023
				Definir los atributos del ADN de la marca Roseti que contribuyan a la diferenciación y al carácter premium	Mapa de atributos de valor y características del ADN de la marca	Lineas de negocios	30 de noviembre de 2023	Equipo Roseti José Laguado	Tiempo de estructuración Taller de ADN	\$150000	Se realiza un taller con el equipo de trabajo encontrando que los atributos de: a) Detalles; b) Personalización, c) Arte son claves para la diferenciación de Roseti como una marca premium. Pendiente diseñar el mapa de atributos y de ADN	85%	19/10/2023
	Negocio y Comercial	Diseñar y construir una experiencia digital y en el punto físico que refleje el ADN de la marca Roseti y que facilite la recordación,	Incrementar las oportunidades comerciales mediante el contacto con la experiencia de la marca de los clientes actuales y/o potenciales	Diseñar la experiencia de marca en el punto físico incluyendo flujos de trabajo, nombres de estaciones, spot de fotos, aromatización, código QR para realidad aumentada, entre otros	Incremento de pedidos (clientes) en un 20% el final del periodo de intervención	Número de clientes	30 de noviembre de 2023	Equipo Roseti José Laguado	Mapa de Experiencias de Servicio y Customer Journey	\$20000	Se diseñan 3 estaciones de flujos de trabajo con los nombres de: a) Diseño de emociones; b) El arte en progreso; c) Emocion en ruta. Se realiza codigo (R) para escanear el folleto actual.	85%	19/10/2023
		recomendación y posicionamiento en el mercado		Implementar código QR para realidad aumentada en el punto de venta y/o eventos de conexión					Códigos QR Sistema de Realidad Aumentada	\$1500000	Se revisa una primera alternativa de código QR para el catálogo en las ferias. Se evidencia la necesidad de contar con un diseño en 30 de las fotos y una aplicación digital especial. Se siguen explorando alternativas	30%	19/10/2023
	Producción y/o Servicios	Incrementar la productividad laboral y reducir los reproseos durante la toma de pedidos y la conciliación de las especificaciones del cliente de bajo costo. Además, ordenar los procesos productivos en el local para capitalizar la experticia del personal; con esto, se busca que las habilidades de cada una florezcan en la empresa y aceleren los tiempos.	Incrementar los márgenes operacionales mediante la optimización de costos variables y gastos operativos garantizando la sostenibilidad del negocio	Optimizar el flujo de trabajo operativo identificando las estaciones de trabajo, reduciendo tiempos y movimientos	Incremento de margen operacional alcanzando -15% para finales de 2023 y retornando a -20% en 2024	Número de empleos indirectos	30 de noviembre de 2023	Equipo Roseti José Laguado	Mapa de Valor y Customer Journey Atributos de la marca y ADN Señalización Diseño del punto de venta físico	\$70000	Se reordenan las estaciones de trabajo, se diseñan y construyen nuevos mobiliarios, se incluyen nuevas repisas, muebles de mostrarios, nueva papeleria. Se facilita el tiempo de procesamiento en un 25% por disminución de reprocesos	85%	19/10/2023
				Lanzamiento del punto de venta físico el 14 de octubre de 2023; inauguración y socialización por redes sociales	Incremento de pedidos (clientes) en un 20% el final del periodo de intervención	Número de clientes	30 de octubre de 2023	Equipo Roseti José Laguado	Diseño del punto de venta físico Comunicación ambiental Evento de lanzamiento	\$200000	Se realiza en lanzamiento del punto de venta físico con 20 personas claves en el proceso de renacimiento de la marca. Se recomienda crear una campaña de socialización por las redes sociales para que los clientes actuales y potenciales se familiaricen con el nuevo punto de atención físico	70%	19/10/2023
	Finanzas	Establecer el premium de la marca agregando valor y posicionando los detalles personalizados como elementos delicadamente exclusivos, detalladamente únicos	Incrementar los márgenes operacionales mediante la agregación de valor a las experiencias de servicio de la marca	Analizar los costos directos e indirectos para lograr puntos de equilibrio y maximización de utilidad operacional	Incremento de margen operacional alcanzando -15% para finales de 2023 y retornando a -20% en 2024	Número de empleos indirectos	30 de noviembre de 2023	Viviana Fuentes José Laguado	Herramientas ofimáticas Análisis de Costos Punto de equilibrio	\$150000	Para un dia 19 cualquiera, el promedio de pedidos es de 63. En el mes de octubre, al 19, se llevan 84, esto representa un incremento del 74% en el número de pedidos para la fecha	40%	19/10/2023