

PLAN ESTRATEGICO DE TRABAJO								
VISIÓN ESTRATÉGICA	ÁREA CLAVE	ESTRATEGIAS - ACTIVIDADES	OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA Responde al POR QUÉ?	ACCIONES Responde al CÓMO	METAS Responde al QUÉ	INDICADOR (KPI que impacta)	PROGRAMACIÓN Responde al CUÁNDO	RESPONSABLE Responde al QUIÉN
Es una empresa líder en el mercado	Negocio y Comercial	Incrementar márgenes a través del incremento en precios/negociaciones con proveedores de productos que tengan un margen menor al 30%	A pesar de que las ventas se han incrementado en 5% mensual desde junio la utilidad operativa es del 6,5%.El objetivo es crear márgenes operativos de doble dígito, llegando al 10% en Diciembre	1. Revisar rentabilidades y crecimiento de cada uno de los SKU del portafolio (16 Oct) 2. Establecer un porcentaje de rentabilidad mínimo del 30% 16 octubre 3. Comparación de precios con el mercado (hacer estudio de pricing en el mercado inclusive con las tiendas de proveedores (canal propio) 16 oct 4. Mapeo de los proveedores productos que no merginan el mínimo 30% y hacer nuevas negociaciones de acuerdo a la cantidad vendida 16 oct , negociacion 23 oct 5. Ravisar la rotación de los productos de alta rotación y que sea posible tener en stock para realizar compras inteligentes a mejores precios. 16 octubre escogencia de productos y 23 negociaciones con proveedores 4. Incrementar el margen de los productos con rentabilidades inferiores al promedio y subirlos al 30% 23 de octubre 5. Establecer nuevos precios a partir de 1 de noviembre de 2023 en el sistema y socializarlos con el personal.(27 octubre)	Incrementar el margen operacional a 10% en Diciembre	Margen Operacional		Edwar Sierra
	Negocio y Comercial	Diseño y puesta en marcha del canal e-commerce o tienda on line	Es necesario dar mayor alcance y crecimiento en las ventas y la tienda on line permite generar venta las 24 horas del día y mejora la visibilidad de la marca y el crecimiento del público objetivo y también se mejora la rentabilidad	1. Realizar cotización con proveedores para el diseño y puesta en Marcha de la página. Cotización con al menos 3 proveedores 2. Actualización de productos del portafolio	Tener en operación la tienda on line a diciembre de 2023 para que apoye la meta de Incremento de ventas a 100 millones de COP mensuales.	Ventas en nuevo canal On Line	16 de octubre	Edwar Sierra
	Negocio y Comercial	Impulsar la visibilidad digital de la tienda para llegar al segmento objetivo	Generar visibilidad y posicionamiento de marca en medios digitales tanto del PDV físico como de la tienda on line	1. Creación de un plan integral SEO (Optimización en los motores de búsqueda) 2. Desarrollar Campañas de ADS en redes sociales y buscadores 3. Generar y difundir contenido suficiente que sirva para los perfiles de redes sociales y otras plataformas 4. Creación de canales de interacción con el usuario o cliente potencial con el fin de mejorar la experiencia (Instagram, Whats App. 5. Construir y ejecutar estrategia de medios 6. Hacer estrategia de email marketing con la BD que se tiene, para incentivar visita al PDV 7. Programación de pautas publicitarias 8. Posicionamiento y divulgación de página web 9. Intensificar la comunicación de los productos y experiencia en el PDV 10. Mostrar productos a través de sus propias historias haciendo que el brand marketing sea su propio embudo de ventas.	Incremento de ventas a 100 millones de COP mensuales a Diciembre de 2023	Generación de Tráfico en el PDV	16 de octubre	Edwar Sierra
	Negocio y Comercial	Creación de producto institucional a base de snacks para el segmento Institucional	Incrementar las ventas en el segmento institucional comercializando productos especialmente para el segmento empresarial por ejemplo Kits o combos	1. Mapeo de empresas grande mercado que hagan compras para sus reuniones (28 de octubre) 2. Creación de preguntas de beneficio del cliente(Porque nos compra Banasan, Banapalma, Edificio Davila y Davila) (20 de octubre) Entrevistas con los clientes Institucionales actuales 23 de octubre) 2. Crear el producto (combos afines) 28 de octubre 3. Crear la propuesta de valor para el cliente institucional 24 de octubre) 4. Hacer el pricing (24 de octubre) 5. Crear estrategia comercial (24 de octubre) 6. Crear los convenios y políticas del cliente Institucional (24 de octubre)	Duplicar la venta institucional a Diciembre de 2023	Venta Institucional		Edwar Sierra

Nota: Esta información
Se debe priorizar el área

VISIÓN ESTRATÉGICA	ÁREA CLAVE	RECURSOS REQUERIDOS	PRESUPUESTO CUÁNTO EN \$	Avance	% Cumplimiento	Corte de seguimiento
Es una empresa líder en el mercado	Negocio y Comercial	1. Precios de competencia 2. BD Propia con Margen actual	\$ -			
	Negocio y Comercial	Diseñadora grafica 2. Fotos 4. Auxiliar que apoye el montaje de la pagina 5. Ingeniero de sistemas 6. Compra de plugins 7.Hosting y dominio	\$ 3.000.000			
	Negocio y Comercial	Contratacion de una empresa experta en medios digitales.				
	Negocio y Comercial	1. Hacer el brochure 2. La persona para activar producto Institucional (administrador) 3. Recurso adicional para movilizacion 4. Muestras	Inventario : \$1.400.000 Auxilio de Rodamiento: 30.000 x dia Muestras: Entre \$10.000 a \$20,000 por empresa			

Nota: Esta información
Se debe priorizar el área