

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 QUIEN	RECURSOS REQUERIDOS
La estratgeia de crecimiento estara enfocada en el posicionamiento y visibilidad de marca para el aumento de trafico de clientes en el PDV Centro Historico, y el modelo de negocio To Go para	Negocio y Comercial	1. Plan social media y diseño gráfico en Instagram, Facebook y campañas publicitarias en medios	Posicionamiento de las redes sociales Instagram y Facebook convirtiendo las redes sociales en el canal publicitario y de interaccion con los clientes	1. Construir y ejecutar estrategia de medios 2. Creación de contenido grafico en la Plataforma web de Alma <a href="https://www.almahoteles.com/">https://www.almahoteles.com/</a> 3. Generar y difundir contenido suficiente que sirva para los perfiles de redes sociales y otras plataformas ( 10 noviembre operando) 4.Establecer relaciones con influencers mas importantes de Santa Marta categoria food/experiencia (30 octubre) 5. Contratar administracion de manejo de redes incluyendo la cracion y edicion de fotos y videos (voluntariaado) 10 noviembre 6. Presupuesto para pautas digitales en Santa Marta ls Crazy, Santa Marta Informa, Seguimiento y Santa Marta al Día. 15 noviembre	Aumento del 100% de tráfico en el Punto de Venta, actualmente está en 450 Clientes Mensuales y la meta es llegar a 900 clientes en diciembre con un incremento del tiket promedio de \$20.000 para un valor total de \$9.000.000 adicionales.	Ventas PDV Centro Historico	1. 22 de octubre 2.12 octubre 3.10 noviembre Operando 4. 30 Octubre 5. 10 Noviembre 6. 15 Noviembre	Camilo Garcia	1. Contratar agencia para estrategia de medios 2. Hacer entrevistas de voluntarios
	Negocio y Comercial	2. Activar Canal de plataformas de domicilios	Para generar consumo por fuera del local es necesario activar las domicilios con el modelo To Go	1. Diseñar empaque de facil uso para llevar y domicilios. 3. Escogencia de portafolio y pricing 2. Codificar el producto en las plataformas Rappi; Diddi, Uber Eats etc 3. Hacer campaña de lanzamiento del servicio To Go en medios digitales	Codificar el producto en almenos dos plataformas con ventas de \$1.000.000 a diciembre de 2023	Ventas PDV Centro Historico	1. 12 Octubre 2. 12 Octubre 3. 20 Octubre 3. 23 Octubre	Camilo Garcia	1. Presupuesto diseño de empaque 2. Comision platfaorma de domicilios
	Negocio y Comercial	3. Estrategia de activación de marca en PDV, con eventos mensuales o sorpresa para el segmento objetivo	Generar aumento de trafico en el PDV e incrementar el tiket promedio	1. Crear concepto creativo del evento 2. Crear Propuesta de valor 3. Asignar presupuesto para activacion 4. Crear campaña de difusion del evento	Crear almenos 2 eventos en el PDV a diciembre de 2023. 1. Primer evento para el dia de velitas 8 de diciembre 2. Segundo evento 29 de diciembre para turista	Ventas PDV Centro Historico	1. 26 Octubre 2. 26 Octubre 3. 26 Octubre 4. 26 Octubre	Camilo Garcia	1. Contacto de musico 2. Contacto de influencer para promover el evento 3. Peomocion del evento 4. Crear presupuesto
	Negocio y Comercial	4. Aperturar nueva linea de negocio enfocada en las wedding planners	Crear experiencia para eventos de matrimonio a traves de alianzas con las wdding planners de Santa Marta	1. Elaborar el plan de negocio (jueves 12 de octubre) 2. Crear la propuesta de valor enfocada en las wedding planner (13 de octubre) 3. Crear el brochure (17 de octubre) 4. Crear plan comercial (13 de octubre) 5. Crear paquetes de cocteles con la experiencia tematica incluida (12 de octubre)	Puesta en marcha de almenos una experiencia de Bodas a Diciembre de 2023 por un valor de \$2.000.000	Ventas por servicios	1. 12 octubre 2. 13 octubre 3. 17 octubre 4. 13 octubre 5. 12 octubre	Camilo Garcia	1. Stand con concepto de diseño 2. Licuadora 3. Menaje/ implementos para preparacion y servir
	Negocio y Comercial	5. Participación en las ferias y eventos que lleguen al público objetivo en Santa Marta	Posicionamiento de marca y aumento de clientes locales	1.Mapeo de eventos y ferias para el ultimo trimestre del año (30 octubre) 2. Solicitar informacion y proceso de inscripcion (30 octubre) 3. Asignar presupuesto (30 octubre) 4. Diseño de stand (30 octubre) 5. Escogencia de productos del portafolio (30 noviembre)	Asistencia almenos a 2 eventos/feria a diciembre 2023 Con ventas de \$2.000.000	Ventas Servicios	30 Octubre todas las actividades	Camilo Garcia	1. Stand con concepto de diseño 2. Licuadora 3. Menaje/ implementos para preparacion y servir 4. Prsupuesto Inscripcion Feria
	Negocio y Comercial	6. Alianzas con Agencias de Viaje que tengan tour para turistas que incluyan visitas por sitios del Centro Histórico	Incluir dentro de la ruta la finalizacion del tour en la Cocoteria, teniendo en cuenta que los productos a base de coco son afines a la cultura gastronomica de la Ciudad	1. Crear politicas con parametros especificos para la escogencia de las agencias de viaje (24 octubre) 2. Hacer mapeo de las agencias de viaje que tengan tour en el centro historico con Publico objetivo afin al nuestro (24 de octubre) 3. Crear plan de incentivos para los guias turisticos (24 octubre) 4.Hacer ofertas especiales para los turistas (24 octubre)	Realizar 10 alianzas con Agencias de viaje a Diciembre 2023	Trafico PDV	1. 24 Octubre 2. 24 Octubre 3. 24 octubre 4. 24 Octubre	Camilo Garcia	Generar citas y negociacion con las agencias sobre precios y plan de incentivo para el guia turistico

**Nota: Esta**  
Se debe priorizar el

VISIÓN ESTRATÉGICA	ÁREA CLAVE	PRESUPUESTO CUÁNTO EN \$	Avance	% Cumplimiento	Corte de seguimiento
La estratgeia de crecimiento estara enfocada en el posicionamiento y visibilidad de marca para el aumento de trafico de clientes en el PDV Centro Historico, y el modelo de negocio To Go para	Negocio y Comercial	\$ 2.500.000			
	Negocio y Comercial	15% de comision del PV del Producto			
	Negocio y Comercial	Costos de musico : 150.000 toque de 2 horas Pauta publicitaria: 200.000: Cortesias para los influencers			
	Negocio y Comercial	1. Diseño de stand y licuadora \$3.500.000			
	Negocio y Comercial	500.000 para inscripcion			
	Negocio y Comercial	10% de las ventas como comision a los guías turisticos Se crea un usarui como vendedor en el sistema para la asignacion de			

Nota: Esta  
Se debe priorizar el