

ACTIVIDADES TEMA 3: ¿COMO PUEDO APLICAR EL MARKETING A MI IDEA DE NEGOCIO? PLAN DE EMPRESA (ACTIVIDADES OBLIGATORIAS)

1. Responded a estas preguntas y reflexionad sobre las respuestas:

a) ¿Con qué fuentes de información podemos contar?

En principio contaremos con una fuente interna subcontratando una empresa especializada en estadística y primaria ya que no hemos encontrado ninguna fuente externa que nos de datos sobre la demanda de nuestro producto, la intención es elaborar una estadística de los datos obtenidos de realizar entrevistas a los responsables técnicos

b) ¿Quiénes van a ser nuestros futuros clientes? ¿Cuál es su sexo, edad, profesión,localización, nivel de renta hábitos de consumo, etc?.

Nuestros futuros clientes serán por lo general personas de cualquier sexo y mayores de edad que ostente cargos que les permita la contratación de nuestros servicios, jefes/as técnicos, ingenieros/as, empresarios/as, etc.

c) ¿Quiénes son nuestros competidores? ¿Cuáles son las características de sus productos o servicios, los canales de distribución que utilizan, los precios, las calidades, etc?. Puedes utilizar para ello la estrategia del océano azul.

Nuestros competidores son empresas del sector del control, peej: Reingesa, Carel, Konet.

Sus productos son muy genéricos, utilizan sensores propios muy caros, sus canales de distribución son a través de comerciales o a través de empresas de climatización que contratan sus servicios.

Sus precios son elevados, las calidades son buenas las centralitas están bien ensambladas etc.

d) ¿Qué características diferenciadoras tiene nuestro producto: diseño, color, envase, coste, tamaño, duración, presentación, gama de servicios, asistencia técnica, etc?

Nuestro producto se adapta y es diseñado basándonos en las necesidades de cada cliente.

Ofrecemos servicios de suscripción para actualizar los sistemas continuamente y para sustitución de sensores y piezas que se estropeen o desgasten.

La asistencia técnica es como el producto, personalizada y cada mecánico que vaya a realizar un diagnostico o avería saldrá de nuestras instalaciones con la información de la instalación y repuestos acorde al cliente de nuestra base de datos.

e) ¿Qué canales de distribución vamos a utilizar para hacer llegar el producto al cliente?

¿Cuál va a ser su coste?

Nuestro producto es un conjunto de servicio, hardware, software e instalación y como tal la distribución sera directamente hecha por nosotros.

El coste de distribución dependerá de cada instalación.

f) ¿Se va a externalizar algún servicio?

En principio se externalizaran todos los servicios de publicidad y comunicación: pagina web, redes sociales, publicidad en comercios del sector etc.

g) ¿En qué etapa de su ciclo de vida se encuentra?

En la etapa de introducción aun estamos perfeccionando el algoritmo de análisis y sondeando el precio de los sensores en varios distribuidores y dándonos a conocer.

h) ¿Qué método de fijación de precios vamos a utilizar (por coste, por la competencia o por lo que el cliente está dispuesto a pagar por el producto)?

El método de fijación de precios sera basado en los costes sin perder de vista a la competencia y la estrategia

¿Qué estrategias de precios vas a utilizar?

Nuestra ventaja competitiva es la adaptabilidad del producto y los bajos costes de los sensores, esto nos lleva a elegir la estrategia de diferenciación por la adaptabilidad de nuestro producto y la focalización por el segmento tan concreto de mercado.

i) ¿Qué sistemas de promoción y publicidad vamos a utilizar para dar a conocer la empresa y su producto o servicio (anuncios en prensa, radio, buzono, revistas especializadas, ...etc)

Mediante una campaña publicitaria en redes sociales y en los principales distribuidores de material relacionado con la climatización y energías renovables por su relación con el ahorro energético.

2. Teniendo en cuenta esas reflexiones iniciales, elaborar las siguientes actividades:

a) Realizad el estudio de mercado haciendo uso de las fuentes de información que estén a vuestro alcance.

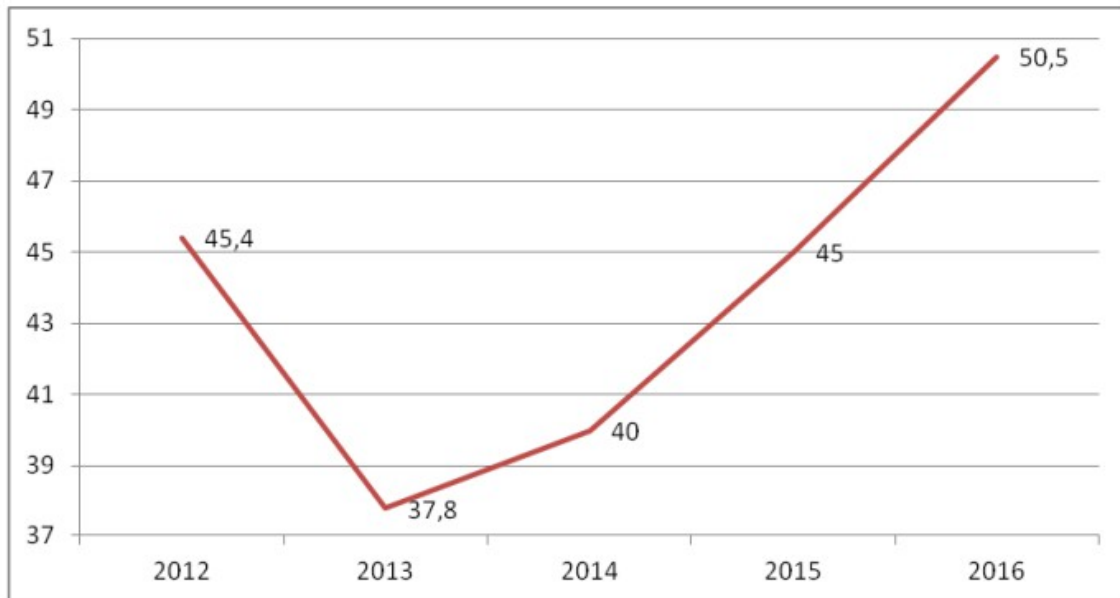
Hemos realizado varias entrevistas para elaborar nuestro estudio de mercado y las conclusiones han sido positivas y son las siguientes:

1. Nuestro factor diferenciador que es la adaptabilidad ha sido muy bien valorado.
2. Nuestros precios son muy competitivos según los entrevistados.
3. Nuestro servicio de suscripción también ha sido muy bien valorado y ninguna empresa lo oferta de esta manera.

Después de buscar información sobre nuestro sector hemos encontrado un estudio de mercado de un producto que esta directamente relacionado con el nuestro, la domótica y estos son sus datos:

Facturación de los fabricantes de sistemas de control y automatización.

Años 2012-2016 (datos en M€)



En la figura 2 se muestra la evolución de los productos vendidos en 2015 y en 2016.

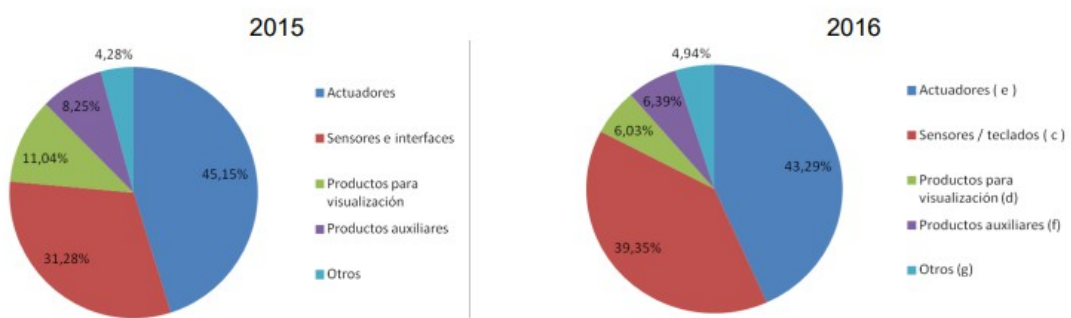


Figura 2 – Distribución de productos vendidos. Años 2016 y 2015 (Fuente: CEDOM)

b) Especificad el cliente al que va dirigido el producto o servicio: sus características.

El producto va dirigido a personal a cargo de la gestión e edificios públicos, privados e industriales que estén climatizados.

c) Describiremos los segmentos en función de los distintos factores que hayamos considerado (edad, sexo, tendencias de consumo...). Justificaremos si vamos a atender a un segmento o a varios, o si por el contrario trataremos a todos los clientes de forma homogénea.

Por el tipo de producto que ofertamos solo atenderemos a un sector y de manera homogénea.

d) Realizad una breve memoria de la competencia a la que os enfrentáis. (Elabora una tabla donde especifiques sus servicios y precios y compara con los tuyos).

La competencia a la que nos enfrentamos suele instalar un software cerrado y añadir un número determinado de sensores sólo teniendo en cuenta las temperaturas exteriores y la demanda del local. Los servicios que ofrecen son la venta de software, sensores y la centralita, la instalación siempre es a cargo del comprador.

	QA SYSTEMS (mi empresa)	REINGESA	VALDECO
SOFTWARE	X	X	X
CENTRALITA Y SENSORES	X	X	X
INSTALCIÓN	X		
ACTUALIZACIÓN DEL SOFTWARE	X	X	
ACTUALIZACIÓN DEL ALGORITMO	X		
DIAGNÓSTICO GRATUITO DE AVERÍAS	X		
SUSTITUCIÓN DE SENSORES AVERIADOS	X		
PRECIO	Desde 5000€	Desde 5000€	Desde 6000€

e) Definid las características del producto o servicio que vais a ofertar.

Ofertamos una solución para el ahorro energético en el apartado de climatización en edificios de cualquier índole , la solución esta compuesta por un software de gestión de los equipos de climatización unos sensores que leen diferentes parámetros y un algoritmo diseñado para ese edificio en concreto teniendo en tenca sus características térmicas de orientación, numero de ventanas, fugas térmicas ,afluencia y movimiento de personas, renovaciones de aire, así como toda la normativa vigente en temas de seguridad laboral calidad de aire y ahorro energético

f) Nivel de producto/servicios (básico, formal y ampliado)

En principio nuestro producto estará disponible en dos versiones , con y sin suscripción.

La versión con suscripción ademas del software de control los sensores y el algoritmo incluirá la sustitución de sensores averiados la revisión semestral del equipo y la actualización del software y algoritmo.

g) Estableced el precio que vais a aplicar a vuestro producto o servicios (tabla donde se especifica cada uno con su precio) y estrategias a utilizar.

	PACK INICIAL	PACK PLUS	PACK SUSCRIPCIÓN
SOFTWARE	x	x	x
CENTRALITA Y SENSORES	x	x	x
INSTALCIÓN		X	x
ACTUALIZACIÓN DEL SOFTWARE		X	X
ACTUALIZACIÓN DEL ALGORITMO			x
DIAGNÓSTICO GRATUITO DE AVERÍAS			x
SUSTITUCIÓN DE SENSORES AVERIADOS			x
PRECIO	3000€ para 3 sondas y manejo de una unidad climatizadora	4000€ para 3 sondas y manejo de una unidad climatizadora	4000€ + 150€/mes para 3 sondas y manejo de una unidad climatizadora

*El precio de los productos se incrementa por cada unidad climática a controlar.

Estrategias a utilizar: Diferenciación y Focalización.

h) Decidir el canal de distribución más apropiado para hacer llegar vuestro producto. Justifica tu decisión.

En todos los casos la distribución seria a través de un técnico que efectuaría la instalación del software y la puesta en marcha y comprobación del correcto funcionamiento del mismo así como de los sensores y centralita.

i) Indica tus proveedores (si los hubiera), en caso contrario prescindiremos de este apartado.

Farnell, Cetronic, RJS Electronics, Electro Idella.

Elabora una tabla indicando los nombres, productos y precios, ofertas.

	SENSOR TEMPERATURA	SENSOR HUMEDAD	SENSOR COMBINADO	CENTRALITA
FARNELL	20,00 €	35,00 €	38,50 €	300,00 €
CETRONIC	18,00 €	25,00 €	36,00 €	245,50 €
RJS	26,00 €	36,00 €	X	X
MOUSER	28,00 €	38,00 €	40,00 €	350,00 €

j) Diseña un plan de publicidad y promoción para dar a conocer vuestro producto/servicio.

Principalmente consistiría en crear las redes sociales de la empresa y conectarlas con las empresas del sector de la climatización , hacer un plan de cartelería para colocar en distribuidores del sector de la climatización y ofertar nuestro servicio asociándonos con empresas de climatización para llegar a los clientes con un plus de confianza.

k) Determina el tipo de publicidad on-line más apropiada, considerando banners, newsletter, redes sociales...etc.

La publicidad on line que haremos sera análoga a la publicidad convencional pero aplicada a los medios digitales, banners y anuncios flash en las paginas webs de distribuidores de climatización, en paginas relacionadas con el consumo energético y con la domótica, haremos una newsletter en nuestra pagina con las mejoras de nuestro producto y relacionándola con las nuevas normativas en cuestión de salud laboral y ahorro energético que vayan apareciendo, desde nuestro CRM se enviaran correos a nuestros clientes y potenciales clientes y se recogerá el feedback para diseñar nuevas estrategias comerciales y posibles correcciones del producto.

l) Identifica cómo puedes diferenciar tu producto o servicio del resto de la competencia y qué opciones tienes para reducir costes.

El principal punto diferenciador de nuestro producto del resto de la competencia es la capacidad de adaptarse al cliente al no ser una solución estándar y sobre todo que no solamente se diseña un software exclusivo ademas el algoritmo también es exclusivo para cada cliente.

La opción de la que disponemos para reducir costes principalmente es en la abundante oferta de distribuidores que tenemos para las centralitas sondas etcétera ,nuestra competencia opta por la fabricación de sus propias sondas encapsulando componentes electrónicos estándar dentro de envoltentes que fabrican ellos mismos eso nosotros lo ahorraríamos.