



ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL

ESCUELA DE FORMACIÓN DE TECNÓLOGOS



COMERCIO ELECTRÓNICO

ASIGNATURA:

Comercio Electrónico

PROFESOR:

Ing. Edwin Salvador

PERÍODO ACADÉMICO:

Sep. 2016 - Mar. 2017

TERCERA FASE

TÍTULO:

ESTRATEGIA APLICABLE

ESTUDIANTE

MALDONADO LUIS
PEÑAFIEL LOURDES
RODRIGUEZ MAURICIO
SANCHEZ FREDY

FECHA DE REALIZACIÓN: 07 de diciembre de 2016

FECHA DE ENTREGA: 08 de diciembre de 2016

1 TEMAS

Determinar la como estrategia de aplicación.

Estrategia de liderazgo en costos.

Está enfocada principalmente en mantener a tu tienda online en niveles de competencia altos en relación a los costos de los productos que ofreces en comparación de tu competencia.

Estrategia de diferencia competitiva.

Ofrecer algo que no ofrece la competencia, por lo que tu objetivo principal es crear valor agregado en que demuestre los esfuerzos por ser único en el mercado. Esta estrategia incluye elementos como diseño, imagen corporativa, atención a clientes (sitio web, chat en vivo, redes sociales), métodos de pago y envío.

2 OBJETIVOS

- Describir las principales estrategias aplicables en Infuture Organización dedicada a brindar cursos de música online.

3 DESARROLLO

Enfocados en la Estrategia de diferencia competitiva.

Tomando como referencia el análisis de nuestros competidores y potenciales clientes se plantea las siguientes estrategias:

Cursos

- Canto
- Guitarra (eléctrica y acústica)
- Piano
- Consolas (análogas y digitales)

Niveles:

Cada curso ya sea de canto, guitarra (acústica o eléctrica) constará de tres niveles los cuales serán:

- Básico
- Intermedio
- Avanzado

Pero el usuario tendrá la opción de realizar un pequeño test antes de inscribirse a uno de los niveles con el cual se le sugerirá cual podría ser un nivel apropiado para empezar

El principal enfoque es la calidad de cada uno de los cursos.

- En base a las necesidades de los clientes que básicamente es un mercado meta comprendido entre las edades de 20 a 32 años siendo que se identificó que en la gran mayoría cuentan con los recursos para tomar los cursos y además por la disponibilidad de tiempo debido a que lo harán cuando puedan.
- Mantener las formas de pago PayPal, Western Unión y dinero electrónico que son las cuales en mercado meta manifiesta mayor seguridad y conformidad para comprar un servicio o producto en línea. Elevando la confianza del cliente al poder comunicarse con la tienda online inmediatamente, por medio de un número de teléfono, un email o un chat en línea.
- Determinar el precio de cada uno de los servicios está basado en una suscripción mensual que permitirá el acceso a los cursos del instrumento indicado en el nivel que selecciono posterior a recibir una sugerencia de que nivel tomar al rendir un simple test de conocimientos. (24 USD/ Mensuales) *¹
- Al comprar un curso es necesario mantener un registro y autenticación, para conocer o discutir sus diferentes intereses en un sistema de foros formados por un tema en específico.
- Establecer claramente la posibilidad de participar en diferentes eventos musicales ya sea como observador o participante juntamente con los instructores.
- La búsqueda de disponibilidad de los cursos será directamente en la pantalla de inicio, un diseño de home en onepage, se mostrará una sección de los instructores con sus conocimientos, habilidades, experiencia.
- La forma de dar a publicidad a nuestros servicios a través de las principales redes sociales que hoy en día es el medio más utilizado para promocionar productos o servicios.

¹ Para determinar el costo por suscripción a cada uno de nuestros cursos se tomó en cuenta los valores de nuestro principal competidor: Escuela de Rock Quito que mantiene sus precios entre 15 USD a 50 USD tomando en cuenta que sus costos están en función del curso. Y además enfocados en cuanto están dispuestos a pagar nuestros potenciales clientes.