

# Reto 6

Conocer desafíos y consejos previos a iniciar tu proyecto.

Paso 1. Realiza el análisis FODA de tu negocio siguiendo el ejemplo:

<b>Análisis FODA.</b>		
<i>Factores Internos</i>	<b>Fortalezas (F)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Experiencia en la organización de eventos de ámbito financiero nacional</li> <li>2. apoyo y colaboración de autoridades regionales</li> <li>3. responsabilidad y compromiso de sus directivos</li> <li>4. disponibilidad de equipos e instalaciones con excelentes condiciones.</li> </ol>	<b>Debilidades (D)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Recursos económicos limitados por su plan de expansión.</li> <li>2. Fluctuaciones en la contratación de recurso humano</li> <li>3. Poca publicidad y promoción</li> </ol>
<i>Factores Externos</i>		
<b>Oportunidades (O)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Participantes provenientes de otras actividades de la región en el ámbito financiero.</li> <li>2. Disponibilidad y cooperación de con otras empresas de la zona.</li> <li>3. Expectativas de Crecimiento Económico en la región.</li> <li>4. Receptividad por parte de la población y cliente por su ámbito regional.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicar la información de evento y productos financieros que ofrece la institución.</li> <li>• Llevar la publicidad a otras instituciones empresas para lograr convenios de cooperación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivar a los clientes para que participen en los productos del Banco.</li> <li>• Contactar e insistir a los clientes.</li> <li>• Ofrecer promociones y costo de inversión accesible para sus clientes</li> </ul>
<b>Amenazas (A)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Otras instituciones financieras en la región.</li> <li>2. Poca demanda de Clientes</li> <li>3. Devaluación de la moneda</li> <li>4. Paro de sistema financiero regional y nacional</li> <li>5. Poco apoyo por parte de las empresas y entes públicos del estado</li> <li>6. Falta de equipos</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar y coordinar los eventos de promoción.</li> <li>• Publicitar y difundir la información referente a los productos, en las distintas regiones del estado y del país</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posponer eventos de promoción de sus productos financieros.</li> <li>• Contactar asesorías a nivel de mercadotecnia.</li> </ul>

Paso 2.

En función de la información que nos dio el FODA acerca de las Fortalezas a destacar y las oportunidades que explotar, describe brevemente cada una de las siguientes variables de tu comunicación:

- Población-meta (el target):

- Objetivos de comunicación:

- Escribir el mensaje publicitario:

- Elegir colores, tipografías y elementos que refuercen el mensaje:

- Asignar el presupuesto:

Paso 3: Define las estrategias de fijación de precio y de distribución. Y describe brevemente el plan de acción para cada una.

**Estrategia de fijación de Precio por:**

- Enfoque basado en costos
- Enfoque basado en competencia
- Enfoque basado en valor percibido

Fija los precios para tus productos principales:

Producto: \_\_\_\_\_ Precio: \_\_\_\_\_

Producto: \_\_\_\_\_ Precio: \_\_\_\_\_

Producto: \_\_\_\_\_ Precio: \_\_\_\_\_

Producto: \_\_\_\_\_ Precio: \_\_\_\_\_

Producto: \_\_\_\_\_ Precio: \_\_\_\_\_

**Estrategia de Distribución:**

- Estrategia de distribución intensiva
- Estrategia de distribución selectiva
- Estrategia de distribución exclusiva

Plan de acción: