



Título:

PLAN MARKETING

Estudiantes:

Jeiner Blanco Arroyo

Nombre del Curso:

Comunicación de información en la web

Profesor:

Francisco Jiménez Bonilla

Fecha:

Agosto 2024

1-) ¿Cuál es el producto o servicio clave de la empresa?

Nuestro servicio principal es la reparación e instalación de sistemas de refrigeración y aire acondicionado, tanto en vehículos automotrices como en entornos comerciales y domésticos.

2-) ¿Cuál es el público meta?

Nuestro público objetivo abarca tanto a individuos particulares como a empresas que requieren servicios de refrigeración y aire acondicionado.

3-) ¿Cuáles son los 4 aspectos del FODA (Fortalezas-Oportunidades-Debilidades-Amenazas) que identifica a la empresa?

- **Fortalezas:** Experiencia en el sector, buen servicio al cliente, equipo técnico calificado, variedad de servicios.
- **Oportunidades:** Creciente demanda de servicios de aire acondicionado y refrigeración, posibilidad de expansión a mercados vecinos, incremento en la concienciación sobre la eficiencia energética, desarrollo de nuevas tecnologías.
- **Debilidades:** Recursos financieros limitados, dependencia del “boca a boca” como principal estrategia de marketing, falta de presencia en línea significativa, limitaciones en infraestructura.
- **Amenazas:** Competencia creciente, fluctuaciones económicas, cambios en las normativas ambientales, dependencia de proveedores.

4-) Según su opinión. ¿Qué aspecto superan a la competencia y cuál NO?

- **Superan a la competencia:** Calidad del servicio al cliente, puntualidad y experiencia técnica.
- **No superan a la competencia:** Estrategia de marketing y presencia digital.

5-) ¿Les gustaría tener un sitio web (Sí/No)? ¿Por qué? ¿Tienen pensado en algún momento tener el sitio web disponible en la red?

Sí, nos gustaría tener un sitio web como una forma de ampliar nuestro alcance y atraer a más clientes. Tenemos planeado lanzar un sitio web en el futuro, pero por ahora, las limitaciones económicas nos lo han impedido.

6-) ¿Tienen redes sociales (Sí/No)? ¿Cuáles son las direcciones web de sus redes sociales?

Sí, tenemos presencia en redes sociales.

- Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100067353922840>
- Instagram: https://www.instagram.com/electroairesa/?utm_source=ig_web_button_share_sheet

7-) ¿Cuál es la estrategia que usan para llegar al mercado? ¿Se alinea con los objetivos del negocio?

Nuestra estrategia principal es el "boca a boca", confiando en las recomendaciones de nuestros clientes satisfechos. Aunque efectiva, estamos explorando otras estrategias para alinearlos mejor con nuestros objetivos de crecimiento.

8-) ¿Quién está comprando actualmente el producto o servicio? ¿A quién están tratando de alcanzar? ¿Alguna meta?

Actualmente, nuestros servicios son utilizados por el público en general, con un enfoque particular en automóviles. Nuestro objetivo es expandir nuestro alcance a más clientes comerciales y residenciales.

9-) ¿Tienen algún caso de éxito referente a un cliente hablando sobre el producto clave de la empresa? ¿Sí o No? ¿Cuál es?

Sí, tenemos varios casos de clientes satisfechos que han destacado la calidad y eficiencia de nuestros servicios, lo cual ha contribuido a nuestra reputación positiva en el sector.

10-) ¿Quién es la competencia real del momento?

- Otras empresas locales de refrigeración y aire acondicionado, servicios especializados en automóviles y empresas que ofrecen servicios de instalación y mantenimiento de sistemas de climatización.

11-) ¿El mensaje estratégico de la empresa deja claro porque los clientes deberían estar con su empresa y no con la competencia?

- **Sí.** El mensaje estratégico destaca la calidad del servicio, la atención personalizada y la experiencia del equipo técnico, diferenciándose por su enfoque en la satisfacción del cliente y soluciones a medida.

12-) ¿Qué se piensa del servicio o producto por parte de los clientes?

- Los clientes valoran positivamente la calidad del servicio, la eficiencia en la resolución de problemas y la atención personalizada.

13-) ¿Tienen algún método para evaluar el servicio o producto que ofrecen al usuario?

- **No.** Actualmente no se cuenta con un método formal para evaluar el servicio o producto, aunque consideran implementar encuestas de satisfacción y recogida de opiniones a través de redes sociales y futuros sitios web.

14-) ¿Les gustaría tener una sección testimonial de sus clientes en el sitio web para brindar una mayor credibilidad empresarial?

- **Sí.** Les gustaría incluir testimonios de clientes para aumentar la credibilidad y mostrar casos de éxito.

15-) ¿La empresa tiene ofertas que atraen al público en general? ¿Les gustaría tener una sección promocional en la web?

- **Sí.** Ofrecen descuentos y promociones ocasionales. Les gustaría tener una sección promocional en el sitio web para informar a los clientes sobre estas ofertas.

16-) ¿Por qué otro tipo de cliente no compra su producto o adquiere el servicio? Según su opinión, ¿cuáles pueden ser las causantes?

- **Posibles causas:** Falta de conocimiento sobre los servicios ofrecidos, percepción de costos elevados, preferencia por marcas o servicios ya conocidos, desconfianza en servicios nuevos.

17-) ¿Cuáles son los medios físicos (NO digitales) que usan para entregar el producto o brindar el servicio a los clientes? ¿Hay o NO?

- **Sí.** Utilizan vehículos propios para transporte e instalación de equipos, además de herramientas y equipos técnicos necesarios para brindar el servicio in situ.

18-) ¿Cuentan con alguna alianza empresarial?

- **No.** Actualmente no tienen alianzas empresariales, pero están abiertos a la posibilidad de establecer colaboraciones en el futuro.

19-) ¿Quisiera cambiar la apariencia visual que tiene la empresa a nivel de medios digitales? ¿Sí o NO? ¿Porqué?

- **Sí.** Les gustaría mejorar la apariencia visual en medios digitales para proyectar una imagen más profesional y moderna, lo cual podría atraer a más clientes y mejorar la percepción de la marca.

20-) ¿De acuerdo al objetivo del negocio, podrían requerir a futuro una aplicación? Explique porque SI o NO?

- **Sí.** Una aplicación podría facilitar la solicitud de servicios, permitir un seguimiento de las reparaciones e instalaciones, mejorar la comunicación con los clientes y ofrecer promociones exclusivas, alineándose con el objetivo de mejorar la accesibilidad y la experiencia del cliente.