

JemaStone

T1 2020, AF 2021

Índice

1. Misión y antecedentes.....	4
2. Equipo.....	5
3. Mercado objetivo.....	6
4. Herramientas, software y recursos.....	7
5. Posicionamiento.....	8
6. Estrategia de marketing.....	10
7. Estrategia de captación de prospectos.....	12
8. Plan de acción.....	13
9. Metas.....	14
10. Presupuesto.....	15

Misión y antecedentes

Declaración de misión

Ser una de las empresas de artes gráficas que satisfaga todas la necesidad de impresión en cuanto a calidad, rapidez y eficiencia que nuestros clientes requieren.

Declaración de visión

Ser una de las empresas de artes gráficas de referencia en la ciudad, por su excelencia en sus servicio de impresión, en la atención al cliente, en la protección ambiental y sobre todo un excelente servicio a todos nuestro clientes.

Antecedentes/historia de la empresa

Escribe la historia o una síntesis de los antecedentes de tu empresa.

La imprenta comenzó hace 10 años, el área de trabajo era muy limitado y la maquinaria se reducía a 3 equipos.

El gran esfuerzo de nuestro equipo de trabajo y de la preferencia de nuestros clientes, han dado como resultado una empresa en expansión continua, siempre con la visión de mejorar nuestros servicios.

Hoy en día se sigue teniendo la visión de continuar mejorando nuestros servicio intentando llegar a nuestros clientes usando las tecnologías modernas.

Equipo

Director General: Antonio Añazco

Departamento de Operaciones: Walter Chuquimarca

Departamento de Producción: Walter Chuquimarca

Departamento Contable Financiero: Esmeralda Campoverde

Liderazgo de ventas

Antonio Añazco

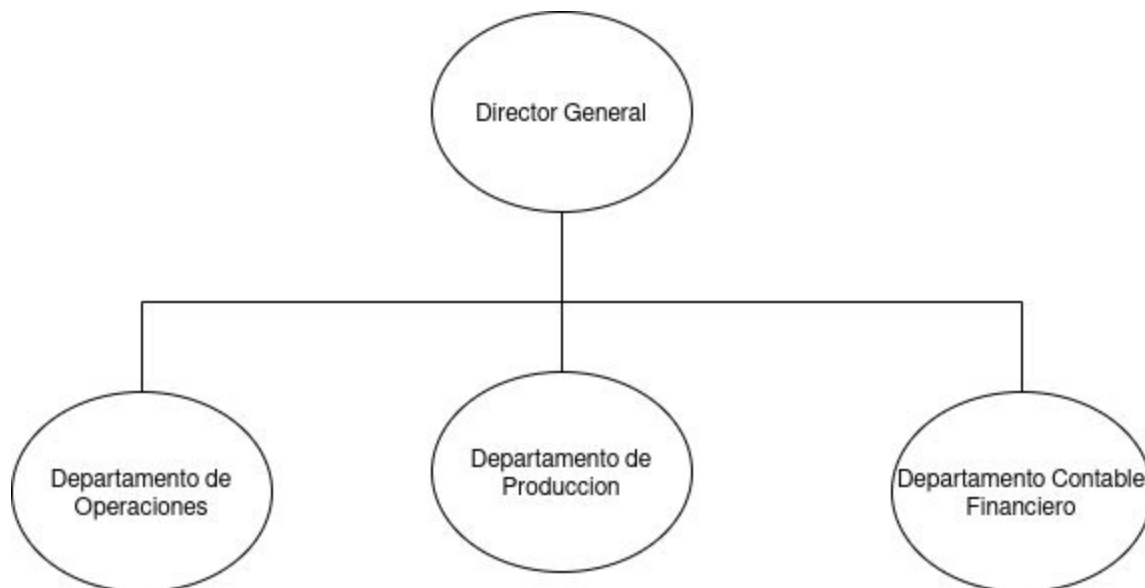
Puesto de trabajo

Director General

Reseña

A lo largo de mi profesión como docente aprendí a cómo relacionarme con las personas, a como saber que es lo que esperan de alguien, para así poder ayudarle con su problema.

Estructura del equipo de ventas



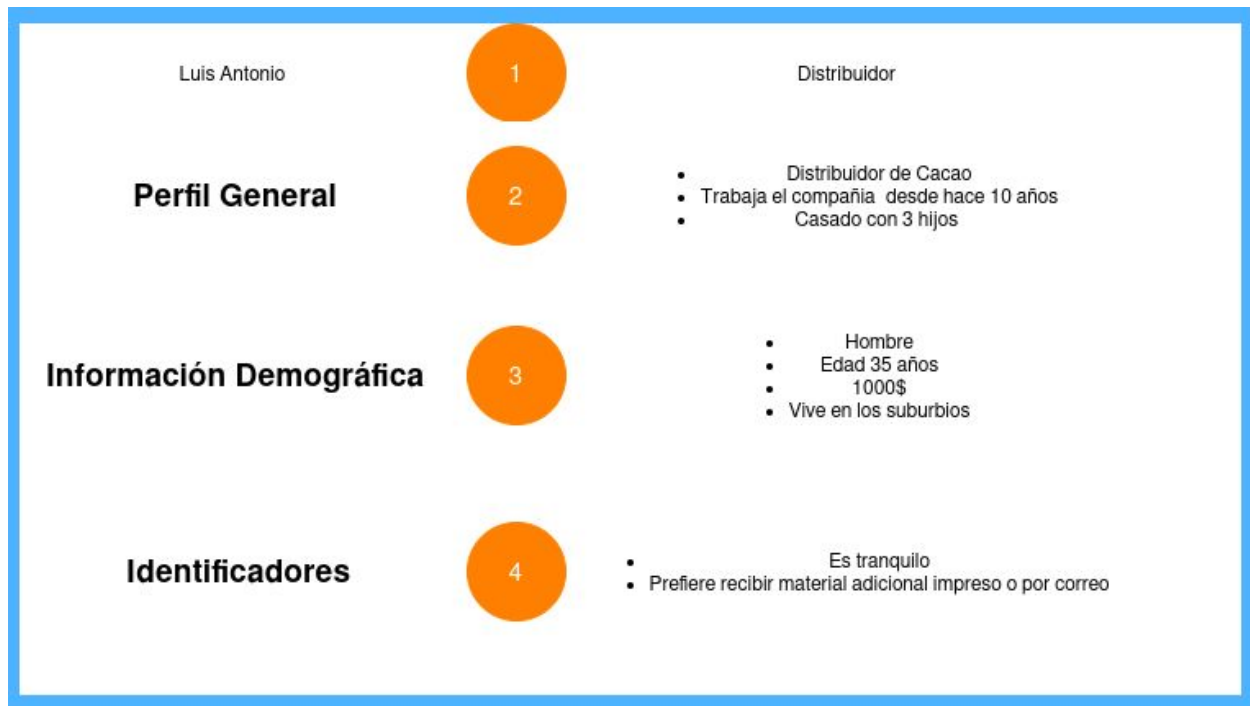
Mercado objetivo

Están dirigidos para toda entidad que requiera cualquiera de nuestros servicios, especialmente a pequeñas empresas que necesiten dar a conocer su marca a través de publicidad u otro servicio que necesiten.

Targeting de ubicaciones

La empresa es regional porque existe menor competencia con grandes empresas y facilita los trabajos a otras empresas de la misma región.

Buyer personas



Herramientas, software y recursos

Software

- Adobe Photoshop
- Microsoft Word
- Microsoft Excel

Herramientas y recursos

- Planchas Metálicas
- Guillotinas
- Troquel
- Máquina de encuadernación

Posicionamiento

Nos ubicamos en el centro de la ciudad, para tener mayor alcance de ventas entre las demás empresas y clientes que se ubican alrededor de la nuestra, el problema es no poder llegar a los demás clientes que se encuentran lejos del centro.

Condiciones del mercado

- *Fácil de encontrar*
- *Cerca de instituciones educativas.*
- *Mayor número de clientes*

Proposición de valor

- *Contenido original*
- *Diseños Personalizados*
- *Buen servicio al cliente*
- *Precios accesibles*
- *Descuento por primera compra*

Ventajas competitivas

Nuestro servicio online, la persona puede realizar un pedido y pagar a través de internet, si el cliente no tiene la opción de acercarse al nuestro local se le enviará el pedido por nuestro servicio de entrega a domicilio

Estrategia de precios

Se desarrolló mediante la comparación de los precios de los grandes competidores, los precios están adaptados a la situación económica de nuestros principales clientes, si el cliente no cuenta con una buena economía intentaremos ayudarlo dándole un descuento o reducir la exigencia del servicio.

Estrategia de marketing

Marketing de eventos

Proporcionar servicio de publicidad a eventos que se realicen en la ciudad y a la vez promocionar nuestros servicios.

Marketing de clientes

Cada vez que se realice un servicio a un cliente darle a conocer que puede ayudarnos recomendandonos a sus conocidos, entregando una tarjeta de presentación.

Estrategia de captación de prospectos

Criterios para el contacto

- *Redes sociales*
- *Recomendaciones*
- *Anuncios*
- *Boca a boca.*

Estrategia de captación de prospectos inbound

- *Anuncios*
- *Redes Sociales*
- *Contenido Original*
- *Estrategias de contenido*
- *Bots de Conversación*

Estrategia de captación de prospectos outbound

- *Anuncios en prensa y radio.*
- *Carteles publicitarios.*
- *Merchandising.*
- *Stands.*

Metas

Nuestra meta principal es crear más servicios para nuestros clientes, de la misma forma poder llegar expandir nuestra empresa.

Objetivos de ingresos

Nuestro objetivo es llegar a los 500\$ al fin de mes para poder pagar a nuestros empleados y dar mantenimiento a nuestros servicios.

Objetivo de negocios

¿Cuántos negocios te propones cerrar para el final del período?

- *Mejorar el margen de beneficio*
- *Diversificar los ingresos*
- *Reforzar el servicio*
- *Mejorar la experiencia de usuario*
- *Mejorar la atención al cliente*
- *Desarrollar nuevas estrategias competitivas.*

Objetivo de unidades vendidas

El mínimo de ventas para cada servicio es de unas 200 unidades, pero nuestra meta es completar las 500 unidades vendidas.

Presupuesto

