NOMBRE:

“DEMAZÁ E ARANDO”

Ejercicio 1:

Estableced al menos 3 objetivos en el muy corto plazo (1 mes) para cada proyecto.

1. Situarse en las 20 primeras búsquedas de google de sidra ecológica en 1 mes.
2. Aumentar las ventas en comercio online un 2% con respecto a las actuales en 1 mes.
3. Ampliar clientes de restauración en un 10% con respecto a actuales en 1 mes

Ejercicio 2:

Estableced 2 objetivos en el medio plazo (hasta 1 año) para cada proyecto

1. Conseguir vender el producto en al menos 20 tiendas gourmet y pequeña tienda en un año
2. Aumentar los clientes de restauración a nivel mundial en un 10% en un año

Ejercicio 3:

Estableced al menos 1 objetivo a largo plazo (más de 1 año) para cada proyecto

1. Establecer más de 3 grandes superficies e hipermercados como punto de venta en 2 años.

DEMAZÁ E ARANDO



Ejercicio 1:

Estableced 5 objetivos de **negocio** para vuestros proyectos individuales.

cifra de ventas lo identifica, posicionamiento de mercado, ingresos

1. Conseguir un 40% de ventas sobre el total de la producción en 2 años.
2. Conseguir la misma facturación que tu competidor principal en 8 años.
3. Aumentar la producción un 3% en 2 años.
4. Disminuir costes operativos en un 10% en 2 años.
5. Aumentar la capitalización en un 5% en 6 años.
6. Vender merchandaising hay que cuantificarlo en cantidad y tiempo y requerirle una recompensa.
7. Contratación de empleado en 1 mes.
8. Creación de portal de venta online en 1 año.
9. Establecer sucursal de venta en el camino en los próximos 2 años
10. Reducir cantidad de stock, 20% en caso de no salida en 3 años

Ejercicio 2:

Diseñad 5 objetivos de **marketing** para cada proyecto

Anuncios, redes sociales, posicionamiento como marca

1. Mejorar el envase de la botella para que sea más comercial, test gusto botella 5 estrellas el 80% de las encuestas
2. Posicionar en las 5 primeras marcas del mercado de sidra ecológica de arándano en 3 años.Top of mind. Contratar influencer.
3. Realizar más catas del producto para peregrinos, aumentando presencia de abril a agosto.
4. Fidelización de clientes un 5% , gente logeada en la página repite compra en 1 años (disminuir rotación de clientes)
5. Mejorar ROI (TASA DE RETORNO DE INVERSIÓN) en un 5% a través de anuncios en las principales páginas en 1 año.
6. Mejorar experiencia de fidelidad a través de tarjeta de compra en un 5%, con muestras de compra, se mide con una encuesta de calidad o valoración con 5\*

Ejercicio 3:

Plantear 5 objetivos para cada **ecommerce**

hace referencia a web, aplicación, ecommerce, cantidades de productos vendidos

1. Aumentar el número de clientes web en e commerce 10% en 5 meses
2. Aparecer en los principales distribuidores (3: Amazon, Corte Inglés, Carrefour) en 1 año.
3. Conseguir 200 de instalaciones de la app de venta en 1 años.
4. Que aparezca el banner en google, durante 2 meses, que genere tráfico en la web devuelva un 10% que generen clic.
5. Incrementar el 6% de conversión de las nuevas visitas en 1 año.
6. Incrementar el ticket de compra medio en un 2% en la página web en 1 mes.
7. reducir la tasa de abandono del carrito de compra en un 30% en 6 meses.

**Ejercicio:**

Establece 5 métricas para analizar en tu proyecto

1. Cuánto me cuesta atraer un cliente por cada inversión de 200€ en anuncios.
2. Cuanto tarda en llegar un pedido a cliente final
3. Tasa de rebote % de la gente que entra en la web y sale sin hacer nada
4. ltv gasto acumulado de un cliente en 120 días
5. Cuantos de mis clientes que participan en catas compran posteriormente en web

**Ejercicio:**

Establece 5 indicadores clave para medir en tu proyecto.

1. Cantidad de encuestas de satisfacción con 4 o 5 estrellas.
2. Cantidad de ventas mensuales a clientes de restauración
3. Posicionamiento web en 120 días
4. Cantidad de instalaciones de la app en 4 meses
5. Cantidad de clientes referidos de cata en 6 meses

OBJETIVO Un 30% más de ventas en el próximo trimestre

KPI Ventas diarias, la tasa de conversión y el número de visitas

OBJETIVO Un incremento de la tasa de conversión media en un 5% en el plazo de un año

KPI Tasa de conversión diaria y las cestas de la compra que no se terminan de procesar

OBJETIVO Un 40% más de visitas en el plazo de un año

KPI Cantidad de visitas diarias, las fuentes de las visitas, las tasas de clics de los anuncios y el porcentaje de rebote