

Segunda entrega proyecto Stock-Plast

Integrantes:

Emilio Almada

Agustín Rolandi

Anthony Rodriguez

Denis Acosta

Diego Fernández

Institución: PTEC, UTU.



ANEP



UTU

DIRECCIÓN GENERAL
DE EDUCACIÓN
TÉCNICO PROFESIONAL

Profesor/a y asignatura: Oscar Cardozo,
Formación Empresarial.

datd.
SOFTWARE DEVELOPMENT



Contenido

Estudio de Mercado.....	1
Ubicación.....	2
Plan de Marketing.....	3

Estudio de Mercado

Definir el Objetivo del Estudio

Objetivo

Evaluar la viabilidad de lanzar un nuevo software de gestión empresarial dirigido a pequeñas y medianas empresas en Uruguay.

Demográficos: Propietarios y gestores de pequeñas y medianas empresas en Uruguay.

Geográficos: Enfocamos en principales ciudades como en Montevideo u otros.

Psicográficos: Interesados en soluciones tecnológicas para mejorar la eficiencia.

Conductuales: Empresas que actualmente usan software de gestión o están en busca de una solución.

Seleccionar el Método de Investigación

Encuestas: Enviar encuestas en línea a propietarios y gestores de empresas.

Entrevistas: Realizar entrevistas telefónicas o en persona con una muestra representativa de empresarios.

Grupos Focales: Organizar un grupo focal para obtener feedback cualitativo.

Diseñar el Cuestionario

Datos Generales

- Nombre de la empresa.
- Sector de la empresa.
- Tamaño de la empresa (número de empleados).

Uso Actual de Software

- ¿Qué tipo de software de gestión usa actualmente? (Si es que usa alguno)
- ¿Qué características busca en un software de gestión?

Necesidades y Problemas

- ¿Qué desafíos enfrenta con su software actual?
- ¿Qué características le gustaría tener en un nuevo software?

Analizar los Datos

- **Cuantitativo:** Usar herramientas para analizar las respuestas de la encuesta, identificando tendencias y patrones.
- **Cualitativo:** Revisar y agrupar comentarios de entrevistas y grupos focales para obtener perspectivas detalladas.

Elaborar el Informe de Investigación

- **Resumen Ejecutivo:** Breve resumen de los hallazgos clave, como la alta demanda de soluciones de software personalizadas.
- **Metodología:** Descripción de cómo se realizó la investigación

Resultados

- Estadísticas de la encuesta.
- Temas comunes en entrevistas y grupos focales.

Conclusiones y Recomendaciones

- Necesidades específicas del mercado.
- Características del software que deben priorizarse.
- Estrategias de precios y marketing recomendadas.

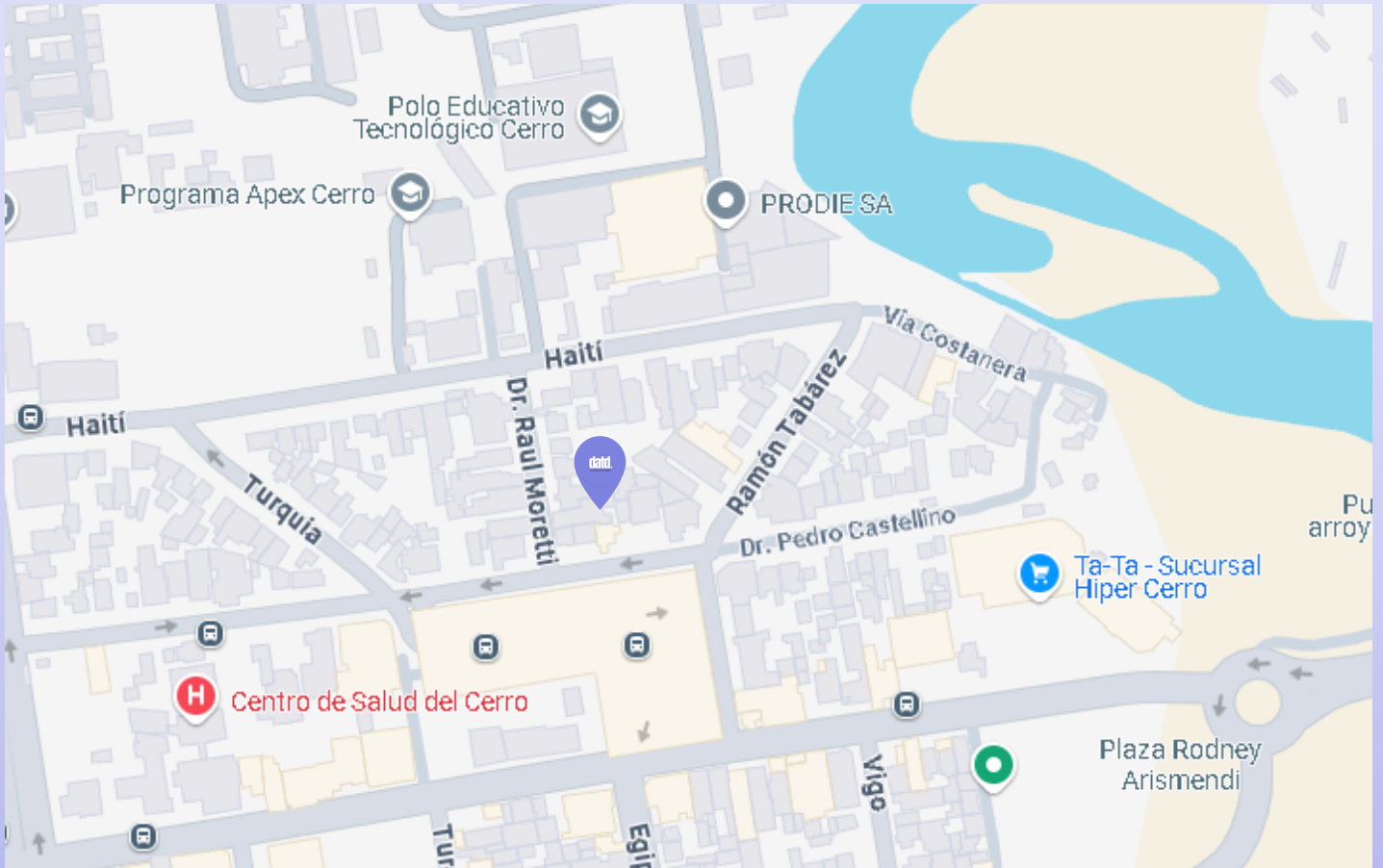
Tomar Decisiones

- **Desarrollar el Producto:** Asegurarse de que el software cumpla con las necesidades identificadas.
- **Definir Estrategia de Marketing:** Enfocar los esfuerzos de marketing en los problemas y necesidades revelados.
- **Establecer Precios:** Ajustar el precio del software en función del presupuesto que las empresas estén dispuestas a asignar.

Revisar y Actualizar

- **Monitorear el mercado:** Estar atento a cambios en las necesidades y expectativas de las empresas.
- **Actualizar el estudio:** Realizar investigaciones periódicas para ajustar la oferta a las nuevas demandas del mercado.

¿Dónde nos encontramos?



Plan de Marketing.

Objetivos de

Reconocimiento de Marca:

- Aumentar el reconocimiento de marca en Uruguay en un 25% en los próximos 12 meses. Esto se puede medir mediante encuestas de percepción de marca y análisis de tráfico web.

Generación de Leads:

- Generar al menos 15 nuevas oportunidades de negocio al mes a través de la captación de leads calificados. Esto puede incluir la recolección de contactos a través de formularios en el sitio web, eventos, y campañas publicitarias.

Incremento de Ventas:

- Incrementar las ventas en un 20% en el próximo año. Este objetivo se basa en un aumento en la cantidad de software creados.

Establecimiento de alianzas:

- Establecer alianzas con al menos 3 empresas locales o regionales. Estas alianzas pueden incluir asociaciones estratégicas para proyectos conjuntos o colaboraciones que amplíen el alcance.

Estrategias de marketing

Estrategia de producto:

- Ofrecer soluciones de software personalizadas y adaptables a las necesidades específicas de cada cliente. Esto puede incluir el desarrollo de software a medida, así como la creación de paquetes modulares que permitan a las empresas escalar y adaptar sus servicios.

Estrategia de Precio:

- Establecer precios competitivos en comparación con otras empresas locales y regionales. Considere la implementación de opciones de pago flexible, como planes de suscripción o pagos por fases. También se pueden ofrecer descuentos por contrato a largo plazo.

Estrategia de distribución:

- Utilizar canales digitales para la promoción y venta del software, incluyendo el sitio web de la empresa, redes sociales y marketing por correo electrónico. Además, explorar oportunidades de distribución a través de asociaciones con otras empresas y participar en eventos del sector para aumentar la visibilidad.

Estrategia de comunicación:

- Crear y compartir contenido de valor en el blog de la empresa y en redes sociales, destacando casos de éxito, testimonios de clientes y soluciones innovadoras. Implementar campañas de publicidad digital en redes sociales y Google Ads dirigidas a empresas en Uruguay. Además, enviar boletines informativos y actualizaciones de producto a través del correo electrónico para mantener a los clientes informados.

Cronograma

Mes 1

Rediseño del sitio web.

- Iniciar el proceso de rediseño del sitio web para mejorar la usabilidad. Se espera que el rediseño esté completo.
- Lanzamiento de la primera campaña de publicidad digital.
- Comenzar campañas en redes sociales .

Mes 2-3

Desarrollo de contenido:

- Crear y distribuir un estudio de caso detallado con testimonios de clientes satisfechos. Este contenido servirá para demostrar la eficacia de las soluciones ofrecidas.

Campaña de Email Marketing:

- Lanzar una campaña de email marketing que incluye:
 - Contenido educativo
 - Ofertas Especiales
 - Actualizaciones del producto

Meses 4-6

Participación en Eventos y Ferias:

- Asistir a eventos de tecnología y ferias locales para aumentar la visibilidad de la empresa.

Mesías 7-9

Evaluación de resultados:

- Revisar el rendimiento de las campañas de marketing y ajustar las estrategias según los resultados obtenidos.

Mes 10-12:

Implementación del Programa de Referidos:

- Crear e implementar un programa de referidos para incentivar a los clientes actuales a recomendar nuevos clientes.
- Evaluación final y ajustes:
- Realizar una revisión final del rendimiento del plan de marketing.