

ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN Y SU ENTORNO



PRESENTADO POR ELECTRIC SOLUTIONS S.A.S



ELECTROALPES



ElectroAlpes

VENDER PRODUCTOS QUE SE DIFERENCIAN POR SUS
DISEÑOS AUTÉNTICOS Y EXCLUSIVOS.

ELECTROALPES

MISIÓN Y VISIÓN

MISIÓN



Mejorar la calidad de vida de los colombianos gracias a la fabricación de electrodomésticos, soluciones integrales y rentables que a su vez cuidan al medio ambiente.

VISIÓN



Para 2028 ser la marca preferida de electrodomésticos en Colombia y los países vecinos por su diseño exclusivo y calidad.



ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS

ESTRATEGIAS

- Fortalecer y apoyar al departamento de diseño de la compañía y por otro lado, se va a tener un grupo de diseñadores de productos para cada región.
- Fortalecer el Departamento de Servicio al cliente.
- Mejorar el proceso de adquisición y gestión de repuestos.
- Abrir un departamento de gestión de calidad para la supervisión de productos.





ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS

TÁCTICAS

- Mantenerse a la vanguardia del software de diseño para un trabajo más eficiente.
- Revisar continuamente el proceso de atención al cliente.
- Establecer alianzas con los líderes de las comunidades vecinas.
- Contratar especialistas en gestión de sistemas de calidad.

METAS Y OBJETIVOS

TÁCTICAS

- Ser reconocidos por nuestro diseños originales.
- Aumentar la calidad de nuestro servicio al cliente.
- Ser líderes en el mercado y aumentar nuestra presencia en el mercado de países vecinos.

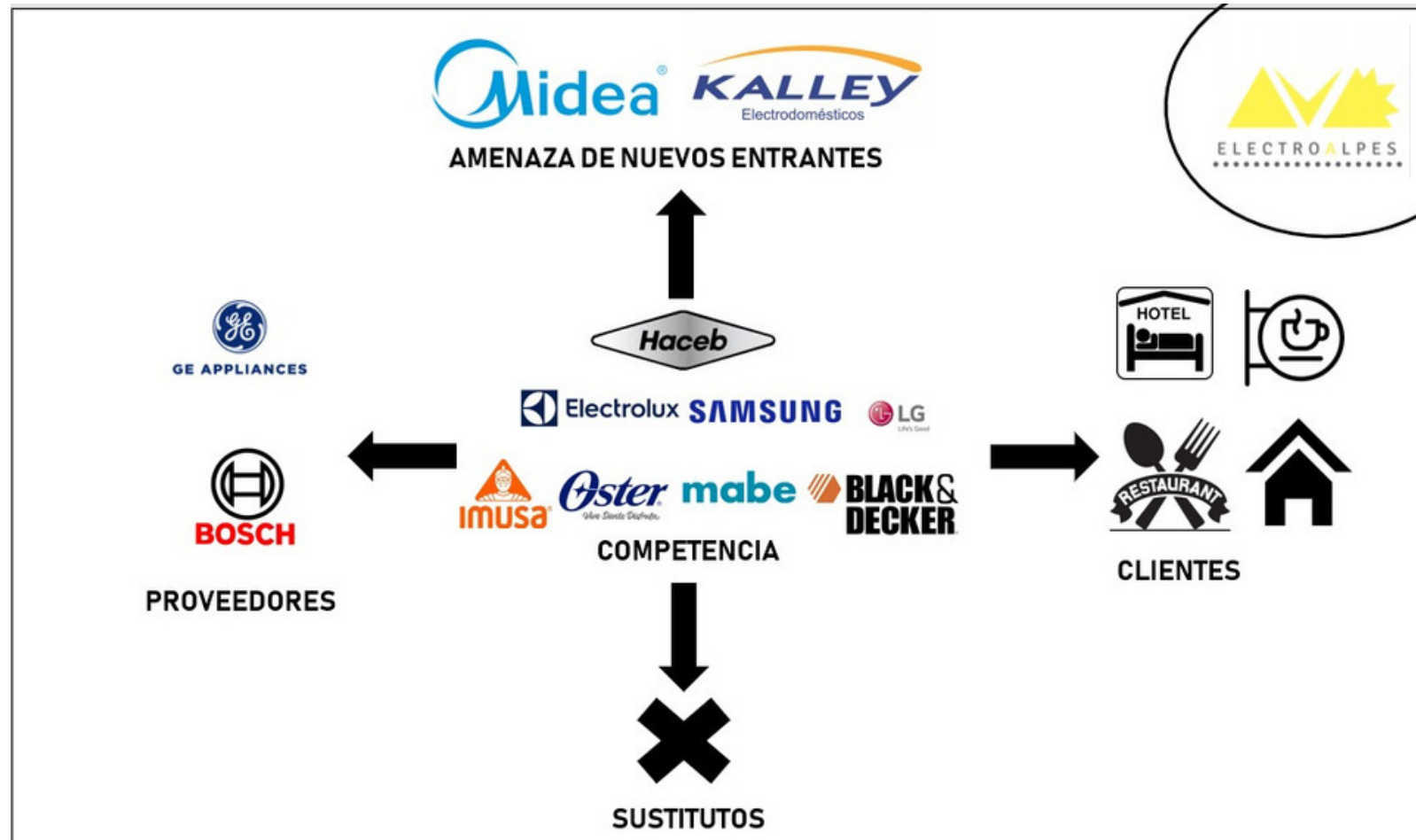
METAS Y OBJETIVOS

OBJETIVOS

- En 2 años tener 5 nuevos diseñadores de productos con experiencia en el exterior.
- En 9 años tener dos centros de atención por ciudad principal.
- En 10 años tener en Perú, Brasil y Venezuela un centro de atención.
- En 5 años doblar nuestro número de seguidores en redes sociales internacionales.



ANÁLISIS DEL ENTORNO ORGANIZACIONAL



MODELO DE NEGOCIO

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON CLIENTES	SEGMENTOS DE CLIENTES
GOBIERNO	- PRODUCCIÓN DE ELECTRODOMESTICOS	VENDER PRODUCTOS QUE SE DIFERENCIAN POR SUS DISEÑOS AUTÉNTICOS Y EXCLUSIVOS.	ASISTENCIA PERSONALIZADA YA SEA EN:	DIVERSIFICADO
PROVEEDORES DE MATERIAS PRIMAS	- SERVICIO POST VENTA		- PUNTOS DE VENTA FÍSICOS	-HOGAR
PROVEEDORES DE COMPONENTES ELECTRÓNICOS Y MECÁNICOS	- MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN		- EN LLAMADAS TELEFONICAS	-EMPRESARIAL
	- MANTENIMIENTO DE TI	PROCESOS DE CALIDAD ARTESANALES*	- EMAIL	PERSONAS CON LA CAPACIDAD ECONÓMICA DE COMPRAR PRODUCTOS CON PROCESOS DE CALIDAD ALTOS Y PERSONALIZADOS. (INGRESOS MEDIOS Y ALTOS).
		CALIDAD	- ASISTENCIA POST-VENTA	
	RECURSOS CLAVE	EXPERIENCIA	- GARANTIAS	
	- PAGINA WEB	PERSONALIZACIÓN	- MARKETING EN REDES	
	- TIENDAS FISICAS		- PAGINA WEB*	
	- PERSONAS		CANALES	
	- DISEÑOS Y PATENTES		FUERZA DE VENTAS	FAMILIAS.
	- CAPITAL		TIENDAS PROPIAS	CAFETERÍAS, RESTAURANTES Y HOTELES.
	- PLANTAS DE MANUFACTURA			
ESTRUCTURA DE COSTOS		FUENTE DE INGRESOS		
- MANUFACTURA DE PRODUCTOS	- OBTENCION DE RECURSOS PARA PRODUCCIÓN	VENTA DE ACTIVOS	INVERSIONISTAS	
- MANTENIMIENTO DE TI	- CAPACITACIÓN DE EMPLEADOS	VENTA DEL SERVICIO POST VENTA	CLIENTES	
- NOMINA		- MANTENIMIENTO		
- DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA		- REPARACIÓN (INTERMEDIARIOS*)		
		- SERVICIO DE CONFIGURACIÓN		
		VENTA DE CAPACITACIÓN (SUPUESTO)		