

Análisis

Descripción del Negocio

¿Qué quieres hacer? ¿Para qué? ¿Cómo lo vas a hacer? ¿Cuál es tu historia?

Quiero

Lo que quiero es desarrollar bebidas y comidas frescas que trabajen con los elementos disponibles sin encerrarse en lo típico. Hacer preparaciones naturales, simples y ricas que se salgan de la empanada de carne, el lomito, y otras comidas que son productos menos frescos que las frutas y verduras crudas. También evitar en lo posible los enlatados con almíbar y buscar no abusar de meter elementos en freezer, ya que en muchos casos las frutas pierden propiedades de nutrición y sabor, y hasta llegan a fermentarse.

Para

Sano es rico

Quiero desarrollar el bar para ofrecer algo de comer sano y rico, y entiendo que hay mucha gente que no conoce ese espectro de comida, y que una vez que lo prueben se va a enamorar. Así funciona con el açai, mora brasilera púrpura que gana tanta gente como el fernet: es un sabor adquirido, que quien lo prueba y gusta vuelve siempre. El lema que flotó sobre el bar y en el que creo es que se pueden hacer comidas sanas que se salgan de la verdura hervida que come la señora grande que quiere comer algo liviano pero que es completamente indiferente para el paladar y que tiene propiedades nutricionales muy pobres: las frutas y verduras se aprovechan al máximo cuando no tienen excesiva cocción.

Cómo

Se puede conseguir hacer buenos jugos a partir de ciertas bases: saber cómo se mezclan las propiedades, que se equilibren, y que sean sabrosos sin azúcar. Con los elementos de comida pasa igual: explorar ingredientes sanos, como semillas, variantes de harinas no blancas. En un plazo menos inmediato se podría hacer más comida vegetariana, y dejar de servir jamón, pollo, etc. Idealmente se debería poder pensar en el público celíaco, si bien es exigente, no tiene muchas opciones en el mercado.

Historia Personal

Siempre corrí, ahora menos. La ayuda de una buena alimentación es clave para más energía en la actividad, y también en la recuperación. De ahí mi interés en la comida sana, y rica porque soy muy dulcero, y me gusta comer comidas copadas, que tengan sabor a algo, y no algo desabrido.

Objetivos, misión y visión

Intenta de resumir la metas + misión de tu proyecto en una sola frase.

explorar lo natural haciendo presentaciones simples y contundentes

¿Qué pretendes conseguir con la contratación de un consultor de marketing?

Espero comunicar al público que tenemos un producto original y hecho con cuidado, y buscando hacer las cosas nuevas que varios públicos cautivos constantemente buscan sin saber y que cuando lo encuentran sabían que lo necesitaban hace rato.

¿En cuánto tiempo esperas y quieres lograr esos objetivos?

Dos semanas. Es una expectativa fuerte, pero pienso que con campaña fuerte se puede aumentar mucho el flujo de gente que se acerca, y la gente que conoce y le gusta el rubro, y nuestra propuesta, normalmente vuelve. El desafío interno es de otro tipo y significa que si más gente viene tenemos que estar preparados para aumentar personal y definir espectro de comidas a ofrecer, preparar, y si estamos dispuestos a definir horarios y abrir y cerrar el local en los horarios que sean más convenientes para el público, y no para los que trabajamos el local.

Fortalezas y debilidades

¿Cuáles son tus virtudes, pasiones, capacidades, aptitudes, actitudes, características positivas? ¿Cuáles son los valores que quieres que tenga tu proyecto? ¿Que tiene que ofrecer tu negocio? En que se benefician tus clientes de tu servicio. ¿Qué es lo que hace diferente y único al proyecto?

Lo Positivo

Soy un buen explorador de ideas, novedades, métodos técnicos de cocina y tengo olfato para distinguir lo que es bueno de lo que no: así las calidades de las preparaciones, las preparaciones visuales de lo que se ofrece y muestra (con bajo presupuesto y conocimientos modestos y autoaprendidos). El gran valor del proyecto es que tenemos mucha confianza en las partes y vamos conociendo nuestras virtudes recíprocas. Me gustaría aportar el mantener en todo momento la alta calidad con la que se empezó. Por motivos de presupuesto a veces se han hecho recortes rozando lo excesivo: el día que sirvamos un trago con helado grido es el día en el que yo quisiera

no servir más. Lo que ofrecemos es algo atípico, y hecho con cuidado. TODO NATURAL. Eso casi no existe en otra parte de la ciudad.

Algunos lugares ofrecen jugos ricos pero no son tan sanos por contenido de azúcar, o no tienen el balance correcto en las combinaciones de las frutas, y en general lo que sirven no es puro jugo sino algo bastante diluído.

El beneficio de LO NATURAL lo resume todo: los jugos ofrecen los micronutrientes más importantes concentrados en una sola bebida, y los batidos de fruta hacen lo mismo pero también con el adicional de fibra lo cual es muy útil para atletas que gastan muchas calorías. Lo que hace diferente al proyecto es que lo fresco es más sano que lo que está lleno de conservantes y elementos agregados: mucho más sano un jugo de naranja recién preparado que un citric ó un jugo tang.

¿Qué deberías mejorar? ¿Qué características son las que más te alejan de tus objetivos?

Debería aprender a usar y contagiar el optimismo interno que tengo: saber desarrollar ideas buenas, nuevas, útiles y que sirvan para ofrecer cosas interesantes al público. Por el contrario nos hacemos ahorrar en todos los procesos al extremo de no terminar de desarrollar una carta más clara y fuerte. Permito que la lentitud de los tiempos disponibles nos frenen, somos una rueda que a veces gira bien, y muchas veces la dejamos estar durante largos tiempos. Soy muy chocante para mis compañeros y entonces cuando evito serlo perdemos tiempo de desarrollo del proyecto. Ya casi no dispongo de tiempo para trabajar en el local. Estoy en el límite. Ya necesitamos meter gente a trabajar a la siesta para que entre más gente y plata al bar.

Segmento y público Objetivo

¿Cuál es tu cliente ideal? ¿Qué necesidad o problema tienen?

Cliente Ideal

Es el que viene. Aparte de eso son un par de segmentos: - mujeres en general - deportistas (gente de gym, atletas y también practicantes de yoga) - vegetarianos - millenials que se cuidan - amantes de la comida nueva y rica - gente joven establecida que le gusta comer algo rico en un lugar con buena onda pero no punchi punchi ruidoso

Necesidad / Problema

Muchos Clientes quieren lo clásico. Pero la mayoría de los que entienden el local buscan menos harina, más ensalada, más opciones sanas y ricas. Ofrecimos algunas cosas como sopa en invierno, y

omelette y muffins a lo largo del año. Falta más sopa, y más ideas nuevas que no circulan en mercado.

Servicios

¿Qué servicios vendes, cómo y dónde? ¿Qué servicio te interesa vender más? ¿Cuál es su servicio estrella por rotación (menos margen)?

Vendemos

- Jugos y tragos con fruta fresca. Local y eventos.
- Interesa más: Jugos de 3 frutas
- Servicios Estrellas: Vitamina (açai, naranja, manzana verde) & Bahama (ananá, mango, manzana)

Precio

¿Como son tus precios con respecto a la competencia? ¿Tenes estructura de costos? ¿Como sacas el margen de ganancia?

Estamos entre medio de dos franjas de precios: en el centro y en La juguería del paseo de las tejas tomás jugo por 50-70 p, y en siamo o fresco te sale entre 90 y 120. Cada jugo sale un precio diferente, materia prima solamente sale cerca de entre 10 y 45 p. Habría que agregarle los costos fijos y mano de obra. Sacamos el margen de ganancia calculando que el producto final vale entre 2 y 3 veces más que la materia prima. No parece un cálculo muy acabado.

Canales de contacto

¿Qué canales de comunicación con tus clientes tenes? ¿que puntos de venta tenes? ¿Formas de pago? - Comunicación: vía calle, instagram, fb - puntos de venta: local y contactos personales para eventos - formas de pago: efectivo

Sector y competencia

¿Quiénes son tus principales competidores? ¿A quién de tus competidores te gustaría parecete y por qué? Escribí colegas a las que les tengas admiración.

Competidores: no es nada tan cercano, por intereses y propuesta Siamo, pero ellos apuntan a otro segmento, con carta más completa en lo general pero menos atenta a lo fresco, y es más gourmet: nosotros buscamos lo simple. Si crecemos buscamos comidas ricas que sean rápidas de preparar sin perder lo fresco. Influencias son haber leído libros de jugos y vegetarianos como el yanqui Scott Jurek (leyenda de ultra maratón vegano) escribió *Eat and Run* y Brendan Braziear, atleta canadiense, que escribió *Thrive* y tiene cadena de bares de jugos y comidas naturales.

Alianzas estratégicas

¿Tenes colegas con los que compartis trabajos? ¿Tenes gente a la que le delegas los trabajos que no quieres hacer? ¿Tenes contactos dentro de las instituciones u Organizaciones donde se desarrolla tu actividad?

- Tengo buena relación con Ronda Mora y Reina Mora.
- No delegamos, podríamos delegar más hs hombre para pensar y gestionar.
- Leve contacto con Green Drinks, que promociona vida verde, pero sin buscar ganancias, sino ONG.

Presupuesto

¿Cuanto dinero tengo disponible para esto? ¿Con qué recursos humanos cuento? ¿Que recursos en conocimientos tengo?

- Dinero: 15 mil pesos cada uno?
- RRHH: necesitamos
- Conocimiento: libros, hermano cheff, cursos de cocina hecho. Falta gestión y reuniones para ver dónde avanzar.

Promoción

Si hubiese una sola cosa que debiéramos comunicar, ¿cuál sería? ¿Que estas haciendo de difusión? ¿En qué redes sociales estás presente? ¿Qué palabras y sentimientos describen la personalidad de tu proyecto-marca? ¿Qué estética es la que buscas? ¿Tenes alguna preferencia de color? ¿Tenes algunos colores que no quieras utilizar? ¿Tenes una preferencia en la tipografía? (por ejemplo: de escritura, negrita, light, mano dibujada, letras de encargo, etc.)

- Natural
- En instagram vengo siguiendo y dando likes y comentarios desde la cuenta de juice bar
- tenemos fb pero la presencia es pobre
- Palabras y sentimientos: aire, bienestar, tranquilidad, natural
- busco estética minimalista (transmite frutas limpias) y natural con plantes. Tal vez se podría agregar toque caribeño con algunos elementos de paja y algún diseño en pared blanca que denote menos frialdad. Alguna vez dijeron que parece heladería. NO debe verse rústico (que da sensación de no fresco)
- turquesa gusta, gris también. podría ser un led violeta. tal vez podríamos poner algo en negro, como alguna pared.
- no quiero usar amarillo, rojo, naranja.

- tipografía va bien con lo que hay. tal vez serio de más. se podría agregar algo en fileteado. letras de encargo y ploteos creo que es un poco frío y genérico. tal vez pueda haber buenas opciones que todavía no conocí bien.

Otras

¿Existe algún procedimiento interno o metodología de trabajo al que deba adaptarme?

¿Averiguaste en alguna agencia u otro consultor?

- elaboramos nuestros productos. si viene más gente necesitamos acelerar esos procesos y mucho. lo mismo tener mayor disponibilidad de stock de frutas.
- había muchos potenciales consultores. yo conozco varias chicas que hacen marketing, incluida a *la chica de los videos* de instagram, también mi prima se ofreció para esto y hay un chango que insinúa querer asistir en venta pero sin propuesta directa.

¿Dispones de alguna base de datos?

nop