## ¿Cuál es el producto o servicio clave de la empresa?

Productos relacionados con herramientas y materiales para la construcción, reparación y mantenimiento de edificaciones, así como para proyectos de bricolaje. Algunos de los productos clave que ofrece son:

**Herramientas manuales y eléctricas:** Destornilladores, martillos, sierras, taladros, entre otros.

**Materiales de construcción:** Cemento, arena, yeso, madera, acero, pinturas, etc.

**Cerraduras y sistemas de seguridad:** Candados, cerraduras para puertas y ventanas, sistemas de seguridad para el hogar.

**Artículos de fontanería y electricidad:** Grifos, tuberías, cables, interruptores, enchufes, etc.

**Artículos de ferretería en general:** Tornillos, clavos, bisagras, cuerdas, cadenas, y otros elementos de fijación y sujeción.

**Equipos de jardinería:** Cortadoras de césped, mangueras, herramientas de poda, fertilizantes, etc.

**Artículos de pintura y decoración:** Pinceles, rodillos, cintas de enmascarar, y una variedad de productos para proyectos de pintura y decoración.

# ¿Cuál es el público meta?

El público meta, de la ferretería se enfoca en la comunidad local; incluye a personas y empresas dentro de su área geográfica. Aquí hay algunas características clave del público meta para la ferretería:

**Residentes locales:** Los residentes de la comunidad local serán una parte significativa del público objetivo. Esto incluye propietarios de viviendas, inquilinos y cualquier persona que necesite productos para el mantenimiento y mejora de sus hogares.

**Profesionales de la construcción local:** Contratistas, constructores y otros profesionales de la construcción que operan en la zona serán parte importante del público objetivo, ya que frecuentemente necesitan suministros y herramientas para sus proyectos.

**Pequeñas empresas locales:** Empresas locales que se dedican a la construcción, reparación y mantenimiento, como servicios de fontanería, electricidad o paisajismo, también formarán parte del público meta.

**Aficionados al bricolaje:** Personas que disfrutan realizando proyectos de bricolaje en sus hogares, ya sea por necesidad o como pasatiempo, son otro segmento importante. Esto puede incluir tanto a propietarios de viviendas como a inquilinos.

## ¿Les gustaría tener un sitio web? (Sí/No). ¿Por qué? ¿Tienen pensando en algún momento tener el sitio web subido en la red?

La empresa está interesada en tener un sitio web subido en la red. Los objetivos de tener un sitio web para la empresa son los siguientes.

**Visibilidad en línea:** Un sitio web permite que la ferretería esté presente en línea, lo que es crucial en la era digital. Potenciales clientes podrán encontrar información sobre la ferretería, sus productos y servicios a través de búsquedas en internet.

**Canales de comunicación**: Un sitio web proporciona canales de comunicación efectivos, como formularios de contacto y direcciones de correo electrónico, permitiendo a los clientes hacer preguntas, solicitar información adicional o incluso realizar pedidos en línea.

**Promociones y ofertas especiales:** La ferretería puede destacar promociones, descuentos y ofertas especiales a través del sitio web, incentivando a los clientes a visitar la tienda física o realizar compras en línea.

**Presencia en redes sociales:** Integrar enlaces a las redes sociales en el sitio web facilita la participación en plataformas como Facebook, Instagram, etc. Esto puede ayudar a la ferretería a construir una comunidad en línea y mantener a los clientes actualizados sobre novedades y eventos.

**Credibilidad y profesionalismo:** Un sitio web bien diseñado y actualizado proporciona una imagen de profesionalismo y confiabilidad. Puede contribuir a la credibilidad de la ferretería y generar confianza en los clientes.

**Expansión a nuevos mercados:** Un sitio web puede abrir oportunidades para llegar a clientes más allá de la comunidad local. La ferretería puede explorar opciones de envío a regiones más amplias o incluso ofrecer servicios en línea.

## ¿Tienen redes sociales (Sí/No)? ¿Cuáles son las direcciones web de sus redes sociales?

La empresa actualmente solo posee Facebook.  
<https://www.facebook.com/FerretodoElCarmen/>

## **¿Cuál es la estrategia que usan para llegarle al mercado? ¿Se alinea con los objetivos del negocio?**

Desde el comienzo la empresa solo se ha enfocado en venderle a la localidad sin aplicar un plan de marketing que permita aumentar su mercado. No posee ningún medio para informar de promociones y descuentos. Además, tienen desactualizada la página de Facebook.

## ¿Quién es la competencia real del momento?

* **Grandes minoristas y cadenas nacionales:** Grandes cadenas minoristas, como tiendas de mejoras para el hogar, supermercados que ofrecen productos para el hogar y grandes almacenes, pueden competir en términos de precio y variedad de productos.
* **Tiendas en línea**: La creciente popularidad de las compras en línea significa que la ferretería también puede enfrentar competencia de tiendas en línea que ofrecen una amplia variedad de productos y entregas a domicilio. Especialmente cuando la empresa no posee visibilidad web.
* **Grandes almacenes de construcción:** Empresas especializadas en suministros de construcción y materiales de construcción pueden ser competidores.

## ¿El mensaje estratégico de la empresa deja claro porque los clientes deberían estar con su empresa y no con la competencia?

No posee

## ¿Tienen algún método para evaluar el servicio o producto que ofrecen al usuario?

No posee

## ¿Les gustaría tener una sección testimonial de sus clientes en el sitio web para brindar una mayor credibilidad empresarial?

Si

## ¿La empresa tiene ofertas que atraen al público en general? ¿Les gustaría tener una sección promocional en la web?

Posee descuentos y ofertas pero solo se les ofrecen a los visitantes y no tienen medios para hacerle llegar la información a los clientes. Si está interesado en la sección promocional

## ¿Cuáles son los medios físicos (NO digitales) que usan para entregar el producto o brindar el servicio a los clientes? ¿Si hay o NO?

No posee pero le gustaría tener aunque sea mediante terceros.

## ¿Quisiera cambiar la apariencia visual que tiene la empresa a nivel de medios digitales? Si o NO. ¿Por qué?

Si le gustaría cambiar la apariencia visual y mantener actualizados sus medios digitales.

## ¿De acuerdo al objetivo del negocio, podrían requerir a futuro una aplicación? Explique porque SI o NO

No, debido a que su mercado meta no lo requiere y la empresa no tiene como objetivo un crecimiento exponencial para competir con las grandes ferreterías.