



# Problema Lab 03

Project Management

## CREA UN PLAN DE COMUNICACIÓN PARA UN NUEVO ECOMMERCE DE PERFUMES

La empresa **Fragrance Dream** se está preparando para lanzar un nuevo ecommerce especializado en la venta de perfumes exclusivos. A medida que se acerca la fecha de lanzamiento, **se enfrenta a dificultades** cada vez mayores en cuanto a la comunicación con los proveedores de perfumes y con su público objetivo.

La falta de un plan de comunicación sólido está afectando a la visibilidad del ecommerce y a la relación con sus proveedores principales. Sin duda, el proyecto está en peligro...

### Objetivos de este ejercicio

- Comprender la importancia de un plan de comunicación efectivo dentro del contexto del comercio electrónico y, en concreto, para el lanzamiento de un nuevo producto.
- Identificar a los interlocutores y los canales de comunicación relevantes para un negocio de venta online de perfumes de alta gama.
- Desarrollar estrategias de comunicación claras y efectivas adaptadas al público objetivo.

- Implementar un plan de comunicación integral para mejorar la ejecución y los resultados de dicho ecommerce.
- Evaluar la efectividad del plan de comunicación implementado.

## Descripción de la actividad

Como avanzábamos en el lab y en este documento, imaginemos que nuestro cliente es una empresa que busca comercializar perfumes de lujo a través de un ecommerce especializado. Sin embargo, sufre serias dificultades para gestionar las comunicaciones tanto con sus proveedores como con sus clientes directos. A su vez, dichas fricciones están generando problemas en la ejecución de las estrategias de marketing y, con toda probabilidad, también repercutirán en la satisfacción del cliente.

Por estos motivos y antes de que el proyecto se vaya al traste, nos encargan diseñar un plan de comunicación robusto; y tú, como *project manager*, serás la persona responsable de crearlo.

Para elaborar el plan te recomendamos que lo estructures cubriendo las tres fases que te marca nuestra experta en el lab:

1. La identificación de los interlocutores y canales de comunicación.

2. La definición de estrategias para una comunicación clara y efectiva.
3. El proceso de implementación del plan de comunicación.

Cuando describas en qué consiste tu plan en función de cada una de estas fases, recuerda que tienes dos interlocutores claros: el proveedor y el cliente potencial del ecommerce.

### **Formato de entrega**

En un documento Word o PowerPoint presenta un análisis detallado y un plan de comunicación para el ecommerce de perfumes. Extensión máxima: 2 páginas de Word o 3 *slides* (si trabajas la entrega en el formato *.ppt*).

### **Criterios de corrección**

Dado el carácter creativo de esta actividad, no hay una única solución correcta para el ejercicio; eso sí, el diseño del plan de comunicación que propones debe cubrir los elementos clave vistos en el tutorial.

- Identificación del público objetivo (o públicos) y canales de comunicación (aporta la justificación).
- La definición de estrategias adaptadas al tipo de negocio, explicando con alguna pincelada por qué y para qué esas estrategias.

- Implementación del plan de comunicación con ejemplos concretos y aplicables.
- Evaluación de la efectividad del plan propuesto (¿cómo y cuándo testarías si el plan está siendo efectivo?).
- Claridad, coherencia y relevancia de la información presentada.



[Qualentum.com](https://www.qualentum.com)