

Unidad 3: Plan de empresa

Javier Aguilera Aguilera

1 El cliente. Características

En un principio, nuestros primeros clientes serán particulares y pequeñas empresas. Para este tipo de clientela no hace falta mucha inversión para comenzar, ya que los equipos informáticos que pueden solicitar son de menor coste al pedido que pueda hacer una gran compañía. Como gran desventaja a tener en cuenta está que es una clientela “huidiza”. Con esto quiero decir que es difícil de fidelizar y que busca, compara, y sobre todo cambia de proveedor debido a que cuenta con mayor flexibilidad.

El objetivo a medio-largo plazo es poco a poco pasar a contar con contrataciones de largo recorrido con empresas o instituciones que permitan garantizar un flujo de trabajo más constante.

2 Competencia

Enlaces a la competencia:

- <https://www.backmarket.es/>
- <https://outlet-pc.es/>
- <https://www.info-computer.com/>
- <https://ecoportatil.es/>
- <https://www.amazon.es/>

3 Definir las características del producto o servicio

Reparación, venta y soporte técnico de sistemas informáticos usados con anterioridad.

4 Precio

Precio de coste más un margen a establecer. En el caso del soporte se cobrará el material y las horas de trabajo del técnico.

También valoro la posibilidad de establecer productos básicos y poder ampliarlos según las necesidades del cliente haciéndole a éste transparente el coste de la ampliación. Por ejemplo, si vendemos un portátil con 4GB de memoria ram, ofrecerle al cliente la opción de extenderle la memoria a 8GB indicándole el coste.

Creo que este tipo de estrategia aporta al cliente más confianza en el producto que va a comprar y piensa que el precio que obtiene es justo y adecuado al bien adquirido, además de ofrecer un producto personalizado, pilar fundamental en la estrategia de la empresa para poder diferenciarnos de la competencia.

5 Canal de distribución más apropiado

Si tengo que elegir un único canal de distribución, me decantaría por el canal online, sin duda. Todas las ventajas que ofrece se sobreponen sobre todos los inconvenientes que presenta.

6 Publicidad, promoción y marketing

Esta parte a tratar a mi me resulta muy “espinosa”. Para empezar hay que “saber venderse” y para eso, como dicen en mi tierra, “hay que tener más cara que un puesto de muñecos” cosa de la que carezco. Además de que lo veo un tema un poco “etéreo” y de mucho “humo” y poco “chicha”.

Opinión aparte, lo que es incuestionable es que teniendo en cuenta mi perfil técnico, estos asuntos no tengo la menor duda en que debería de relegarlo en otro tipo de persona más hecha a trabajar en el asunto, incluso casi en los primeros compases de la empresa.

Si que cabe por parte mi resaltar que dada la creciente conciencia con el medio ambiente en los tiempos que corren, es muy importante aprovecharlo en forma de promoción sobre la reutilización de componentes, reducción de la contaminación, extensión de la vida útil y demás formas de “anunciar a bombo y platillo” toda esta serie de beneficios.