



Plan de marketing

Jesus Retana Artavia

Universidad CENFOTEC

Comunicación de Información en la Web

Francisco Jose Jimenez Bonilla

Fecha : Junio 7, 2023

### **1-)¿Cuál es el producto o servicio clave de la empresa?**

Nuestro servicio clave es la realización de tatuajes personalizados, diseñados a medida según las preferencias y estilos individuales de nuestros clientes.

### **2-)¿Cuál es el público meta?**

Nos dirigimos a personas de 25 a 45 años con un interés en el arte y la cultura alternativa, que desean un tatuaje que refleje su personalidad y estilo de vida.

### **3-)¿Escribir los 4 aspectos del FODA (Fortalezas-Oportunidades-Debilidades-Amenazas) que identifica a la empresa?**

- Artistas altamente capacitados y experimentados.
- Desarrollo de una plataforma de reservas en línea.
- Falta de presencia digital fuerte.
- Competencia creciente en el sector de tatuajes.

### **4-) Según su opinión. ¿Qué aspecto superan a la competencia y cual NO?**

- Superamos a la competencia en la calidad y originalidad de nuestros diseños personalizados.
- No superamos a la competencia en términos de precios más bajos.

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

Sí, nos gustaría tener un sitio web para mostrar nuestros trabajos, facilitar la reserva de citas y mejorar nuestra presencia online. Estamos trabajando en ello y esperamos lanzarlo en los próximos meses.

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

Sí, tenemos redes sociales.

Instagram: [instagram.com/samsaratattoostudio/](https://www.instagram.com/samsaratattoostudio/)

Facebook: [facebook.com/SamsaraTattooStudio/](https://www.facebook.com/SamsaraTattooStudio/)

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

Nuestra estrategia se basa en el marketing de contenido a través de redes sociales, mostrando nuestros trabajos y testimonios de clientes. Sí, esta estrategia está en línea con nuestros objetivos de crecimiento y posicionamiento.

**8-)¿Quién está comprando actualmente el producto o servicio? ¿A quién están tratando de alcanzar?. Alguna meta?**

Actualmente, nuestros clientes principales son jóvenes adultos que buscan su primer tatuaje. Estamos tratando de alcanzar a profesionales y artistas que buscan diseños más sofisticados.

**9-)¿Tienen algún caso de éxito referente a un cliente hablando sobre el producto clave de la empresa. Sí o No.Cuál es?**

Un caso de éxito fue la presencia del reconocido cantante Nodal en nuestro estudio:  
<https://www.instagram.com/stories/highlights/17915242622348301/>

**10-)¿Quién es la competencia real del momento?**

Competimos principalmente con estudios de tatuajes en áreas cercanas que tienen una fuerte presencia en redes sociales y ofrecen precios competitivos.

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

No, sentimos que necesitamos mejorar nuestro mensaje estratégico para comunicar mejor nuestros valores y ventajas competitivas.

**12-)¿Qué se piensa del servicio o producto por parte de los clientes?**

La mayoría de nuestros clientes están satisfechos y recomiendan nuestros servicios a otros, apreciando especialmente la personalización de los diseños.

**13-)¿Tienen algún método para evaluar el servicio o producto que ofrecen al usuario?**

Sí, utilizamos encuestas de satisfacción y solicitamos comentarios en redes sociales para evaluar continuamente nuestro servicio.

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

Sí, creemos que una sección testimonial aumentaría nuestra credibilidad y ayudaría a atraer nuevos clientes.

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

Sí, ofrecemos descuentos y promociones mensuales. Nos gustaría tener una sección en la web para destacarlas.

**16-)¿Por qué otro tipo de cliente no compra su producto o adquiere el servicio. Según su opinión, ¿cuáles pueden ser las causantes?**

Algunos clientes potenciales no compran debido a los precios elevados. Consideramos que los costos son un factor limitante para algunos.

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

Sí, participamos en ferias de tatuajes y otros eventos donde distribuimos material promocional y muestras de nuestro trabajo.

**18-)¿Cuentan con alguna alianza empresarial?**

No, actualmente no tenemos alianzas empresariales, pero estamos abiertos a explorar esta posibilidad en el futuro.

**19-)¿Quisiera cambiar la apariencia visual que tiene la empresa a nivel de medios digitales. Si o NO? Porqué?**

No, estamos satisfechos con nuestra apariencia actual y creemos que representa bien nuestra identidad.

**20-)¿De acuerdo al objetivo del negocio, podrían requerir a futuro una aplicación?. Explique porque SI o NO?**

No, creemos que nuestro sitio web y redes sociales son suficientes para nuestras necesidades actuales y futuras.