

PLAN MARKETING

Comunicación de Información en la Web

Nancy Quesada Flores



Violence Records

- Violence Records es un emprendimiento que nació alrededor del año 2020, con el objetivo de apoyar, crear y distribuir música en formato físico en este caso cassette de manera profesional, también se fabrica mercadería como camisetas, bolsos, pines, entre otros.
- Dando apoyo a bandas y artistas nacionales ubicados dentro de la música extrema llamase "punk o metal", ya que había una faltante de espacio o apoyo a géneros de este tipo dentro de la escena nacional, donde la calidad artística es muy alta y la representación que muchas de estas bandas dan al país es impecable al nivel extranjero.

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



Cassette profesional para distribución de música en formato físico.
Así mismo se incluyen vinilos, CDs y mercadería como camisetas.

1-)¿Cuál es el público meta?



 Personas entre los 15-40 años que tengan gusto por la música y escucharla de manera física, así como coleccionistas.



3-) Analizar los 4 aspectos del FODA (Fortalezas-Oportunidades-Debilidades-Amenazas).

Escribirlas según su opinión.

Fortalezas

- -Efectivo servicio al cliente.
- -Venta de productos constantemente.
- -Adecuada publicidad y promoción.
- -Flujo de dinero.
- -Confianza del consumidor.

Oportunidades

- -Oportunidad de inversión.
- -Posibilidad de expansión.
- -Nuevos canales de venta.
- -Experiencia de compra.

Debilidades

- -Competencia de grandes empresas.
- -Capacidad de inversión para inventario.
- -Modelo de negocio replicable.

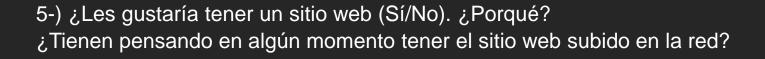
Amenazas

- -Competencia.
- -Términos legales.
- -Poco inventario.

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



 Aspectos a nivel de creatividad y presentación de los productos que no se ve reflejado en la producción de otros formatos como vinilos y Cds; ya que en CR no hay fábricas.





• Sí, por el gran alcance que tienen los sitios web como las redes sociales actualmente, llegar a más público y tener de alguna forma una carta de presentación sobre lo que el proyecto hace, tiene y hará. El objetivo es que este sitio esté en la red.



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

• Sí, se utiliza tanto Facebook como Instagram, siendo esta última; la más fuerte.

https://www.facebook.com/violencerecordscr/ https://www.instagram.com/violence_recordscr/ https://violencerecordscr.bandcamp.com/ 8-)¿Quién está comprando actualmente el producto o servicio? ¿A quién están tratando de alcanzar?. Alguna meta?



- Tanto el público meta como personas externas que quieren experimentar el producto.
- La única meta es promover el material físico y el crecimiento de las bandas que participan, así mismo crear una estabilidad para el proyecto.

9-)¿Tienen alguna historia que puedan vender sus productos claves, de una manera diferente a lo normal? Sí o No. ¿Cuál es?



• Sí, principalmente es ofrecer un ítem extra junto con el cassette de manera temática que sea llamativo para el público, donde este ítem sea único, original y limitado. También esta dinámica sobresale entre la competencia.

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



· Las tiendas físicas actuales en el país.

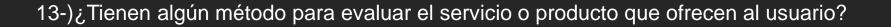
11-)¿El mensaje estratégico de la empresa deja claro porque los clientes deberían estar con su empresa y no con la competencia?

• No se trata de un mensaje estratégico sino de la propuesta de valor y el beneficio que tiene el cliente, esto hace que el cliente se decida por una marca u otra. La propuesta de valor genera un beneficio.

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

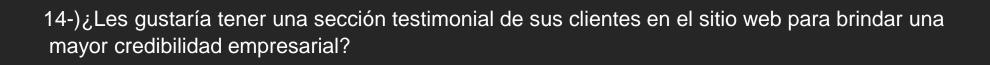


• Desde el punto de vista del cliente se han recibido cometarios positivos sobre los productos; como la calidad, llamativos y originales; como también puntos de mejora que se pueden trabajar.





• Todos los productos pasan por una prueba de calidad antes de salir a nivel comercial en comparación de los cassettes; que ya se realizan en una fábrica profesional.





• Sí, es importante conocer las opiniones de los clientes para tener un punto de mejora o abarcar áreas que quizás pasan desapercibidas.

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



• Sí, constantemente se hacen promociones con combos de productos. Es importante generar promoción y publicidad, así como ofertas que atraigan nuevo público.

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



• Esto se retorna a la respuesta de la pregunta 11, si la propuesta de valor no es atractiva a otro tipo de cliente; quiere decir que no ve un beneficio adquiriendo el producto, ya que esta no soluciona-satisface y cumple.

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?



• Por medio de anuncios promocionales en postes, afiches, tarjetas, entre otros. El producto se entrega de manera física con un empaque especial o bien, por correos de Costa Rica, de manera presencial o uso de la plataforma uber.



Actualmente no.

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



Porqué?

• No, el proyecto tiene una línea grafica muy fuerte que es identificable por parte del público.

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



• Sí, es importante adaptarse al mercado digital y abarcar la mayor parte de este ya que el negocio ha funcionado principalmente por este medio.

Conclusión

• El plan de marketing para el desarrollo de la página web del sello discográfico Violence Records, representa un enfoque completo y estratégico para asegurar el éxito de este proyecto. A través de una cuidadosa investigación y análisis, se han identificado las necesidades y preferencias de la audiencia objetivo, así como las áreas clave que deben abordarse para satisfacerlas de manera efectiva.

