



Plan Marketing

Rebeca Solorzano

Universidad CENFOTEC

Comunicación de la web

Francisco Jiménez Bonilla

Fecha: 1-12-2023

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

El producto principal de La Bombita es la venta al por mayor de artículos diversos destinados a reevendedores ambulantes y pequeños locales comerciales.

2-) ¿Cuál es el público meta?

Nos dirigimos a reevendedores ambulantes y pequeños comercios que buscan abastecerse de mercancía variada a precios de mercado.

3-) ¿Análisis FODA?

Fortalezas: Variedad de productos, precios competitivos.

Oportunidades: Aumento de pequeños negocios, creciente demanda de productos al por mayor.

Debilidades: Dependencia de proveedores externos, competencia en el sector.

Amenazas: Posibles cambios en regulaciones comerciales.

4-) ¿Aspectos que superan a la competencia y cuáles no?

Superamos: Ofrecemos una amplia gama de productos y mantenemos precios competitivos.

No: En algunos casos, la logística de entrega podría ser un área de mejora.

5-) ¿Les gustaría tener un sitio web (Sí/No)? ¿Por qué? Tienen pensado en algún momento tener el sitio web subido en la red?

Sí, estamos considerando la posibilidad de un sitio web para facilitar la interacción con clientes y optimizar el proceso de compra al por mayor.

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

No contamos con presencia en redes sociales en la actualidad. Sin embargo, estamos evaluando su incorporación para fortalecer nuestra visibilidad en línea.

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

Utilizamos la estrategia de “boca en boca” es decir nuestros productos son conocidos por clientes que nos recomiendan.

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

Actualmente, reevendedores ambulantes y pequeños comercios son nuestros clientes principales.

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

No tenemos una historia específica en este momento, pero estamos abiertos a desarrollar narrativas que resalten la calidad y diversidad de nuestros productos.

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

- La competencia directa incluye otros mayoristas que ofrecen productos similares en términos de variedad y precio.

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

- Nuestro mensaje destaca la calidad de los productos, precios competitivos y un servicio centrado en las necesidades de los reevendedores locales. Queremos ser reconocidos como el socio confiable y conveniente para sus necesidades al por mayor.

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

- Hemos recibido comentarios positivos sobre la variedad de productos y la accesibilidad de nuestros precios.

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

- No, no tenemos alguno de esos métodos de evaluación, pero nos gustaría recopilar comentarios de calidad y precio de nuestros productos

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

- Sí, consideraríamos incorporar testimonios de clientes en nuestro sitio web para fortalecer la confianza y credibilidad de la empresa.

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

- Estamos explorando ofertas y descuentos estratégicos para atraer a un público más amplio. La idea de una sección promocional en el sitio web es una posibilidad que estamos considerando.

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 pueden no optar por nuestros servicios debido a la preferencia por productos especializados o a proveedores con entregas más rápidas. Tenemos muchos locales de ventas al por mayor alrededor del nuestro.

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?

- Utilizamos servicios de mensajería y transporte para la entrega física de productos a los clientes.

18-) ¿Cuentan con alguna alianza empresarial?

- Actualmente no contamos con alianzas empresariales, pero estamos abiertos a explorar colaboraciones estratégicas en el futuro.

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

- Sí, consideramos que una actualización visual podría mejorar la percepción de la empresa y alinearla mejor con nuestros valores y calidad de servicio.

20-) ¿De acuerdo al objetivo del negocio, podrían requerir a futuro una aplicación?

Explique porque SI o NO?

- Sí, una aplicación podría ser una herramienta valiosa para agilizar el proceso de compra y mejorar la experiencia del cliente, especialmente para aquellos que realizan pedidos de manera frecuente. Estamos evaluando la viabilidad de desarrollar una aplicación en el futuro.