



PLAN ESTRATEGICO

Visión General del Plan Estratégico:

Objetivo Principal: Llevar a la empresa a aumentar ingresos anuales, expandiendo su presencia en el mercado de decoración del hogar y corporativa en la costa de Guerrero.

Estrategias Clave:

Ampliación de la Línea de Productos: Desarrollar una línea de productos ampliada que incluya una variedad de opciones de decoración del hogar, como cortinas, persianas, toldos y accesorios, para satisfacer las necesidades de un público más diverso.

Expansión de Mercado: Expandir la presencia de la empresa en toda la costa de Guerrero, identificando nuevas áreas de oportunidad y estableciendo puntos de venta estratégicos.

Marketing Efectivo: Implementar una estrategia de marketing sólida que incluya publicidad en línea, redes sociales, participación en ferias de decoración y colaboraciones con arquitectos y diseñadores de interiores.

Servicio al Cliente de Excelencia: Mantener un enfoque en ofrecer un servicio excepcional al cliente, brindando soluciones personalizadas y garantizando la satisfacción del cliente en cada paso del proceso.

Optimización de Procesos: Continuar optimizando los procesos de producción y entrega para mejorar la eficiencia, reducir costos y mantener la calidad del producto.

Plan de Acción Mensual:

Septiembre:

- **Semana 1-2:** Revisar y ajustar la estrategia de marketing para el mes patrio (septiembre en México) y el concurso especial.
- **Semana 3:** Lanzar la campaña del mes patrio.
- **Semana 4:** Preparar y lanzar la promoción de "Sheer Elegance" con publicaciones en redes sociales y el sitio web.

Octubre - Noviembre:

- **Meses de transición:** Evaluar la efectividad de las campañas de septiembre y realizar ajustes según sea necesario.
- **Semana 1:** Comenzar la planificación para la temporada navideña, diseñando promociones especiales.
- **Semana 3-4:** Anunciar promociones de temporada navideña y decoración festiva en las redes sociales y en línea.

Diciembre:

- **Mes de promoción navideña:** Aprovechar la temporada alta de compras para aumentar las ventas.
- **Semana 1-2:** Realizar un seguimiento proactivo con clientes potenciales y asegurarse de que tengan información sobre las ofertas navideñas.
- **Semana 4:** Evaluar el desempeño de la temporada navideña y preparar un informe de fin de año.

Enero - Marzo:

- **Primer trimestre:** Concentrarse en la expansión de mercado y establecimiento de alianzas estratégicas.
- **Mes 1-2:** Identificar nuevos puntos de venta y posibles alianzas con arquitectos y contratistas.
- **Mes 3:** Iniciar negociaciones con nuevos puntos de venta y profesionales del sector.

Abril - Junio:

- **Segundo trimestre:** Continuar con la expansión y mejora de procesos.
- **Mes 1:** Evaluar la eficiencia de los nuevos puntos de venta y realizar ajustes si es necesario.
- **Mes 2:** Implementar mejoras en los procesos de producción basadas en la retroalimentación de los clientes.
- **Mes 3:** Lanzar una campaña de marketing de verano para destacar los productos relacionados con el clima cálido.

Julio - Agosto:

- **Tercer trimestre:** Optimización y preparación para el próximo año.
- **Mes 1-2:** Realizar una revisión financiera y presupuestaria para el próximo año fiscal.
- **Mes 3:** Planificar y anunciar eventos de regreso a clases y nuevas promociones de temporada.

Septiembre (Año 2):

- **Comienzo del nuevo año fiscal:** Implementar el nuevo presupuesto y estrategia anual basados en el desempeño del año anterior.
- **Semana 1-2:** Evaluar los resultados del plan estratégico del año 1 y realizar ajustes según sea necesario.

- **Semana 3-4:** Lanzar la estrategia

-