

# ACTIVIDAD PARA EL PROYECTO FINAL 1

## 1. Describir la propuesta de negocio

La Colorada es un local de empanadas y pizzas ubicado en la ciudad de Buenos Aires (Beccar/La Horqueta) que cuenta con una sola sucursal. Tal como los gastronómicos de la misma índole, la casa de empanadas ofrece un servicio de delivery y take-away y no dispone de áreas para consumo en el local.

Los clientes de este establecimiento lo conocen principalmente por su presencia en el barrio, ya que no se ha realizado una amplia campaña de marketing o publicidad en redes sociales.

### **Oportunidad de negocio y problemas actuales**

La tienda física tiene intenciones de poder expandirse pero el hecho de tener una visibilidad limitada a su ubicación geográfica lo hace más difícil, y justamente como está adaptado a un público tan tradicional que llama por teléfono se está quedando atrás en lo que respecta las cuestiones para incrementar las ventas que se usan en la modernidad; como por ejemplo estar asociado con plataformas digitales en ningún sentido, ni en lo que respecta al marketing ni a la prestación de sus servicios.

### **Propuesta**

Como fue descrito, la colorada no cuenta con un sitio web o una aplicación móvil, por lo que la tienda solo atrae a clientes que pasan por la zona o que escuchan de ella a través del boca a boca. Esto restringe el crecimiento y la posibilidad de llegar a nuevos clientes fuera del área local.

Por otra parte, sabemos que el público joven en Argentina acude a instagram o navegadores como google al momento de buscar restaurantes o sitios take-away, y además optan por realizar compras directamente de forma online mediante el sitio web del restaurante. Habiendo establecido esto, el hecho de que haya un buen perfil armado en google con horario de apertura, con precios estimados (una carta) con opciones, con número de whatsapp hace que el usuario tenga más facilidad al momento de la compra. También debería contar con una página mediante la que realizar pedidos online. De esta manera sube tanto la elegibilidad como el alcance a un público nuevo.

Esta modalidad no solo esto funciona gracias a la practicidad que proporciona para ambos, cliente y empresa, si no que también minimiza el margen de error que implica muchas veces la toma de pedidos por teléfono o presencialmente.

Por otro lado, estar asociado con aplicaciones de pedidos de comida, como *pedidos ya* o *rappi* implicaría una expansión por fuera del perímetro de las familias del barrio que pasan por la zona. Del mismo modo ocurriría con anuncios pagos de instagram, que son muy prácticos a nivel costo beneficio en comparación a otros tipos de publicidad que requieren de insumos como pueden ser folletos. Instagram no solo tiene mucha llegada sino que también se puede estipular zonas, edades, y diversas variables, para acotar el rango de clientela al que se apunta.

Aplicando las ideas mencionadas anteriormente el local estaría más cerca de los clientes, empatizando con sus necesidades, ofreciéndoles nuevos servicios que mejoren su experiencia y así poder expandirse.

## 2. Definición de OKRs

### PLAZO: TRIMESTRE

**OKR #1** “Mejorar la eficiencia de las ventas y facilitar la experiencia del cliente un 50% usando la tecnología.”

**KR #1:** Recibir un 30% de reseñas positivas hacia la venta por delivery en los próximos 2 meses..

**KR #2:** Reducir el tiempo de procesamiento de pedidos en un 20% mediante la integración de un sistema de pago rápido y eficiente en las próximas 6 semanas.

**KR #3:** Generar más de un 50% de ventas mediante pedidos ya y o anuncios en los próximos 3 meses.

### PLAZO: TRIMESTRE

**OKR #2** “Ser la marca líder del rubro en ventas online”

**KR #1:** Expandir el catálogo de ventas un 10% para el primer mes .

**KR #2:** Incrementar las ventas en un 20% en los próximos 3 meses.

**KR #3:** Reducir el tiempo de entrega en un 30% en los próximos 2 meses.

## 3. MEDICIÓN y PUNTUACIÓN

### Método de puntuación

**OKR #1** “Mejorar la eficiencia de las ventas y facilitar la experiencia del cliente usando la tecnología.”

**KR #1:** Recibir un 30% de reseñas positivas hacia la venta por delivery

**KR #2:** Reducir el tiempo de procesamiento de pedidos en un 20% mediante la integración de un sistema de pago rápido y eficiente.

**KR #3:** Generar más de un 50% de ventas mediante pedidos ya y o anuncios.

OBJETIVO	Mejorar la eficiencia de las ventas y facilitar la experiencia del cliente usando la tecnología.	0,77
RESULTADOS CLAVE	Recibir un 30% de reseñas positivas hacia la venta en los próximos 2 meses	0,8
	Reducir el tiempo de procesamiento de pedidos en un 20% mediante la integración de un sistema de pago rápido y eficiente en las próximas 6 semanas.	0,8

	Generar más de un 50% de ventas mediante pedidos ya y o anuncios en los próximos 3 meses	0,7
--	--	-----

OBJETIVO	Ser la marca líder del rubro en ventas online.	0,9
RESULTADOS CLAVE	Incrementar las ventas en un 20% a los 3 meses.	1
	Reducir el tiempo de entrega en un 30% en los próximos 2 meses.	0,75
	Expandir el catálogo de ventas al mes.	1

**Método de cálculo porcentual**

**OKR #2** “Ser la marca líder del rubro en ventas online”

**KR #1:** Expandir el catálogo de venta.

**KR #2:** Incrementar las ventas en un 20%.

**KR #3:** Reducir el tiempo de entrega en un 30%.

OBJETIVO	KR 1	DE	PARA	STATUS	ABR 22	MAY 22	JUN 22
Ser la marca líder del rubro en ventas online	Incrementar las ventas en un 20% en sus próximos 3 mes	MAR 22	JUN 22	PREV	40%	30%	30%
				REAL	45%	25%	30%
				%	112,5%	83,3%	100%

OBJETIVO	KR 2	DE	PARA	STATUS	Primeros 20 días	A los 40 días	A los 2 meses
Ser la marca líder del rubro en ventas online	Reducir los tiempos de entrega en un 30% en los próximas 2 meses	ABR 22	JUN 22	PREV	10%	15%	30%
				REAL	12%	12%	25%
				%	120%	80%	71,4%

OBJETIVO	KR 3	DE	PARA	STATUS	SEMANA 1 Y 2	SEMANA 3	SEMANA 4
Ser la marca líder del rubro en ventas online	Expandir el catálogo de ventas al mes.	JUN 22	JUN 22	PREV	30%	50%	20%
				REAL	20%	50%	20%
				%	66.7%	100%	100%

Resultado final: **90,5%**

#### 4. Backlog del proyecto

ID	Nombre de usuario
H1	Creación de Página Web
H2	Implementación de Apps de Delivery
H3	Creación de Perfil de Instagram
H4	Implementación de WhatsApp Business
H5	Publicidad en Redes Sociales

##### H1: Creación de Página Web

- Como** cliente potencial de La Colorada,
- Quiero** poder visitar una página web moderna y fácil de usar,
- Para que** pueda ver el menú, hacer pedidos en línea y encontrar información sobre el local.

##### Criterios de Aceptación:

1. **Menú Interactivo:** La página web debe tener una sección de menú que permita a los usuarios ver los productos disponibles, con descripciones y precios claros.
2. **Funcionalidad de Pedidos en Línea:** Los usuarios deben poder seleccionar productos, personalizarlos si es necesario, y completar un pedido con opciones de pago en línea.
3. **Información de Contacto y Horario:** La página debe mostrar claramente la dirección, número de contacto, horario de apertura y un enlace para contacto por WhatsApp.

##### H2: Implementación en Apps de Delivery

- Como** cliente que usa aplicaciones de delivery,
- Quiero** que La Colorada esté disponible en plataformas como PedidosYa y Rappi,
- Para que** pueda hacer pedidos fácilmente desde la app de mi preferencia.

##### Criterios de Aceptación:

1. **Registro en Plataformas:** La Colorada debe estar registrada y operativa en las aplicaciones de delivery seleccionadas.

2. **Menú Actualizado:** El menú en las plataformas de delivery debe reflejar el menú de la tienda física con precios y descripciones exactas.
3. **Opciones de Personalización:** Los clientes deben poder personalizar sus pedidos según las opciones disponibles en el menú de la tienda.

### H3: Creación de Perfil en Instagram

- Como** cliente activo en redes sociales,
- Quiero** seguir a La Colorada en Instagram,
- Para que** pueda estar al tanto de nuevas promociones, menús especiales y noticias.

#### Criterios de Aceptación:

1. **Perfil Completo:** El perfil de Instagram debe estar completo con una biografía que incluya la dirección, horario de apertura, y enlace al sitio web.
2. **Contenido Regular:** La cuenta debe publicar contenido de manera regular, incluyendo fotos de los productos, promociones y eventos.
3. **Interacción con Clientes:** La cuenta debe responder a mensajes directos y comentarios dentro de un plazo razonable para mantener una buena relación con los clientes.

### H4: Implementación de WhatsApp Business

- Como** cliente que prefiere comunicarse por WhatsApp,
- Quiero** poder hacer pedidos y consultas a través de WhatsApp Business,
- Para que** pueda recibir respuestas rápidas y gestionar los pedidos de manera eficiente.

#### Criterios de Aceptación:

1. **Número de WhatsApp Visible:** El número de WhatsApp debe estar claramente visible en la página web, perfil de Instagram, y en Google My Business.
2. **Respuestas Automáticas:** Configurar respuestas automáticas para preguntas frecuentes y confirmación de recepción de pedidos.
3. **Gestión de Pedidos:** El sistema debe permitir la gestión efectiva de pedidos realizados por WhatsApp, incluyendo confirmaciones y actualizaciones del estado del pedido.

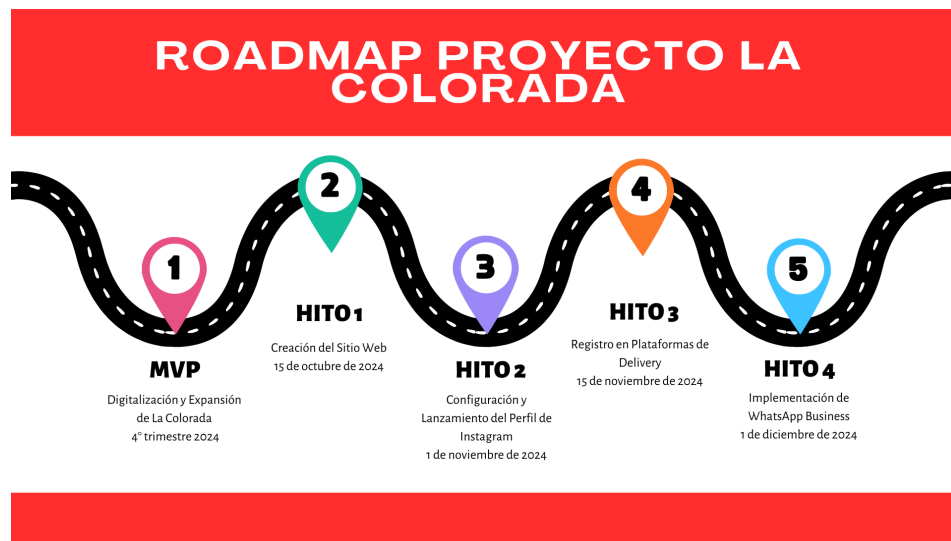
### H5: Publicidad en Redes Sociales

- Como** propietario de La Colorada,
- Quiero** ejecutar campañas de publicidad pagada en Instagram y Facebook,
- Para que** pueda atraer a nuevos clientes y aumentar las ventas.

#### Criterios de Aceptación:

1. **Segmentación de Audiencia:** Las campañas deben estar segmentadas adecuadamente para llegar a la audiencia objetivo basada en ubicación, edad e intereses.
2. **Creatividad y Mensaje:** Los anuncios deben tener un diseño atractivo y un mensaje claro que incluya una llamada a la acción efectiva.
3. **Medición de Resultados:** Implementar herramientas de análisis para medir el rendimiento de las campañas y ajustar estrategias según los resultados obtenidos.

## 5. Roadmap del proyecto



MVP: Digitalización y Expansión de La Colorada

Implementación Estimada: 4° trimestre 2024

Descripción: La propuesta incluye el desarrollo de una página web básica, la creación de un perfil de Instagram, la integración con plataformas de delivery y la implementación de WhatsApp Business. Esta etapa inicial permitirá la digitalización de pedidos y mejorará la visibilidad del negocio en línea.

Hito 1: Creación del Sitio Web

Implementación Estimada: 15 de octubre de 2024

Descripción: Desarrollo y lanzamiento de una página web que incluya un menú interactivo, funcionalidad de pedidos en línea e información de contacto. El sitio permitirá a los clientes realizar pedidos y conocer detalles sobre el negocio.

Hito 2: Configuración y Lanzamiento del Perfil de Instagram

Implementación Estimada: 1 de noviembre de 2024

Descripción: Creación y configuración del perfil de Instagram, incluyendo la publicación de contenido inicial. Se establecerá una presencia activa en redes sociales para atraer y conectar con nuevos clientes.

Hito 3: Registro en Plataformas de Delivery

Implementación Estimada: 15 de noviembre de 2024

Descripción: Registro y configuración de La Colorada en plataformas de delivery como PedidosYa y Rappi. Esto incluirá la actualización del menú y la capacitación del personal para manejar pedidos a través de estas aplicaciones.

Hito 4: Implementación de WhatsApp Business

Implementación Estimada: 1 de diciembre de 2024

Descripción: Configuración y activación de WhatsApp Business para permitir a los clientes hacer pedidos y consultas. Se incluirán respuestas automáticas y gestión básica de pedidos a través de esta plataforma.