

DIPLOMADO ALTA GERENCIA EN MARKETING

**Propuesta de mejora para la pagina de ventas online de
Studio F Group**

Código de estudiante: 2021233050

Yhonney Aguasanta Garcia Mendoza

Cali, valle del cauca

Objetivos para el mapa

1. **Aumentar las ventas en línea:** El objetivo principal es aumentar las ventas a través de los canales virtuales y el comercio electrónico. Esto implica establecer estrategias efectivas para impulsar la conversión de visitantes a clientes y optimizar el proceso de compra en el sitio web o plataforma de ecommerce.
2. **Mejorar la experiencia de compra en línea:** El objetivo es garantizar que los clientes tengan una experiencia de compra satisfactoria y sin problemas en el entorno virtual. Esto incluye la optimización del sitio web o plataforma de ecommerce en términos de diseño, navegación, facilidad de búsqueda de productos, proceso de pago seguro y opciones de envío eficientes.
3. **Atraer tráfico de calidad a la tienda en línea:** El objetivo es generar un flujo constante de tráfico de calidad hacia la tienda en línea de Studio F Group. Esto se puede lograr a través de estrategias de marketing digital, como SEO (optimización en motores de búsqueda), publicidad en línea, colaboraciones con influencers, marketing de contenido y gestión efectiva de redes sociales.
4. **Mejorar la retención de clientes:** El objetivo es fomentar la fidelidad de los clientes existentes y aumentar la retención en las ventas virtuales. Esto se puede lograr a través de programas de lealtad, promociones exclusivas, seguimiento personalizado, envío de correos electrónicos con ofertas especiales y servicio al cliente de calidad.
5. **Expandir la presencia en el comercio electrónico:** Si Studio F Group busca expandir su presencia en el comercio electrónico, el objetivo sería crear un mapa que identifique oportunidades para crecer en nuevos mercados o plataformas de ecommerce, así como establecer estrategias para ingresar con éxito a esas áreas.

Puntos de dolor:

1. Logística- promesa de entrega
2. Tiempos de carga lento de la página oficial
3. Atención al cliente y pronta respuesta a quejas

Estrategias para capturar al shopper

Murales y arte callejero



Colección Urbana

Contratar artistas urbanos para crear murales llamativos que destaquen los productos de Studio F Group, específicamente la nueva colección de ropa URBANA. Estos murales pueden ubicarse en áreas concurridas de la ciudad y servir como una forma de arte atractiva que también promociona la marca.

Experiencias interactivas: Ofrecer una herramienta de vestidor virtual donde los clientes puedan probarse virtualmente la ropa y accesorios de Studio F Group antes de comprar. Esto les permitirá tener una idea más clara de cómo se verán los productos y aumentará su confianza para hacer la compra.

La idea sería, al momento de entrar en la página, tenga una opción de vestir a la modelo con las referencias que deseamos comprar, para así mejorar la experiencia de compra y que el cliente se decida por hacer la compra.

Studio F.



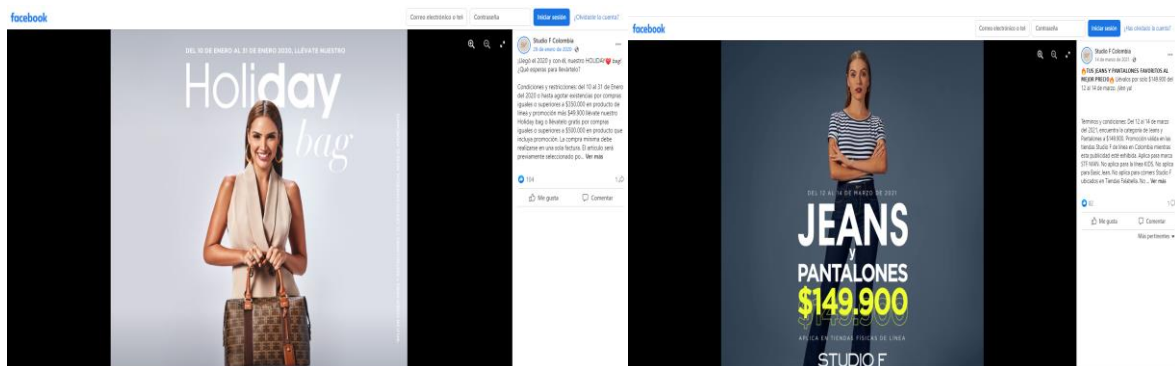
Contenido generado por los usuarios: Fomentar que los clientes compartan sus experiencias y estilos usando los productos de Studio F Group. Crea hashtags o desafíos en las redes sociales para que los clientes suban fotos o videos utilizando los productos de la marca. Destaca y comparte el contenido generado por los usuarios en la página online de Studio F Group para mostrar cómo otros clientes están disfrutando de los productos. Esto con el fin de generar confianza y entusiasmo entre los shopper, animándolos a comprar en línea.

Programas de fidelidad y recompensa: Implementar un programa de fidelidad creativo que premie a los clientes por sus compras en línea. Se puede ofrecer puntos acumulables que se puedan canjear por descuentos, regalos exclusivos o acceso a ventas especiales. También se puede organizar concursos o sorteos exclusivos para los clientes registrados en la página online. Esto incentivará a los clientes a realizar compras y a mantener una relación a largo plazo con Studio F Group, convertirlos en **LoveMarket**.

Descubrimiento

Conoce Studio F Group a través de diferentes canales en línea, como motores de búsqueda, redes sociales, publicidad en línea o recomendaciones de amigos y también de los murales antes mencionados.

El cliente visita el sitio web de Studio F Group o la plataforma de ecommerce para explorarlos productos y obtener más información.



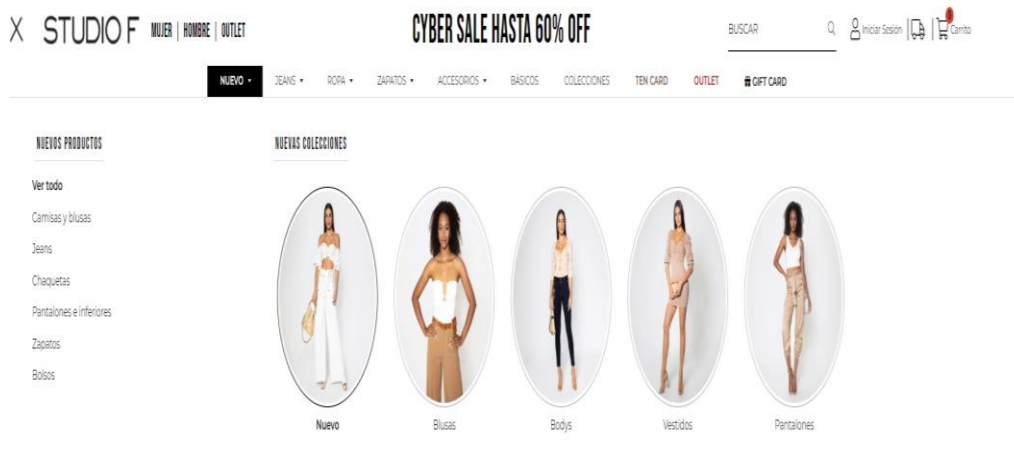
Navegación y exploración

El cliente navega por las diferentes categorías y subcategorías de productos en el sitio web o la plataforma de ecommerce.

El cliente utiliza filtros de búsqueda y opciones de clasificación para refinar su búsqueda y encontrar los productos deseados.



STUDIO F MUJER | HOMBRE | OUTLET



El cliente puede ver imágenes de productos, leer descripciones, verificar tallas, colores, precios y disponibilidad.

Selección de productos:

El cliente agrega los productos seleccionados al carrito de compras. El cliente puede continuar explorando para encontrar más productos o proceder al proceso de pago.

≡ STUDIO F MUJER |

ROPA

Vestidos (21)
Shorts (15)
Pantalones y leggings (12)
Faldas Largas (11)
Enterizos y conjuntos (10)
Body (10)
Ponchos y sobretodos (8)
Blusas (8)
Chaquetas (7)
Vestidos de Baño (5)
Busos (4)
Blazer (3)
Chalecos (2)
Faldas Cortas (1)

ACCESORIOS

Accesorios (10)
Bolsos y carteras (5)
Bisutería (2)

ZAPATOS

Tenis (3)
Sandalias (2)
Botas (1)

JEANS

Bota campana (3)
Palazzo (1)
Ultra slim fit (1)
Jeggings (1)



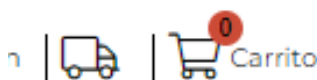
NUEVO

VESTIDO CORTO MANGA 3/4 CON CINTURON

\$ 359,900

Proceso de pago:

- ✓ El cliente accede al carrito de compras y revisa los productos seleccionados, cantidad, precios y costos de envío.
- ✓ El cliente ingresa la información de envío, como dirección y datos de contacto.
- ✓ El cliente selecciona el método de pago y completa el proceso de pago, proporcionando la información necesaria.



Suscríbete a nuestro

NEWS LETTER

Recibir información de moda para:

☐ Mujeres ☐ Hombres ☐ Niños

Correo electrónico...

SUSCRIBIR



Sí autorizo a STF GROUP S.A. el tratamiento de mis datos personales, de acuerdo a las finalidades de su política de tratamiento de datos personales ([Consúltala aquí](#)).

Certifico que he sido informado sobre los términos y condiciones de la página web ([Consulta aquí los términos y condiciones](#))



DESCUBRE STUDIO F

[Nuestra marca](#)
[Reconocimientos](#)
[Trabaja con Nosotros](#)
[Nuestra marca en Latinoamérica](#)

LINKS DE INTERÉS

[Gift Card Studio F](#)
[Solicita tu cupo Credi10](#)
[Servicio al cliente](#)
[Notificaciones judiciales](#)
[Radicar PQRS](#)
[Ten Card Studio F](#)
[Proveedores](#)
[Localiza tu tienda](#)
[Preguntas Frecuentes](#)
[Canal de Transparencia](#)
[Rastrear pedido](#)
[Recaudo Credi 10](#)
[Devoluciones](#)

POLÍTICAS

[Términos y condiciones](#)
[Aviso de privacidad](#)
[Políticas de Protección de Datos](#)
[Política de Uso de Cookies](#)
[Política comercial de cambios](#)
[Promociones y Eventos](#)
[Derecho a retracto](#)

Credi10

Industria y
Comercio
SUPERINTENDENCIA

Confirmación de compra:

El cliente recibe una confirmación de compra que incluye los detalles de la compra, número de pedido y resumen de la transacción.

Studio F Group procesa el pedido y envía una confirmación por correo electrónico del cliente, esto con el fin de tomar el contacto del cliente y seguir enviando ofertas y publicidad.



Suscríbete a nuestro

NEWS LETTER

Recibir información de moda para:

☐ Mujeres ☐ Hombres ☐ Niños

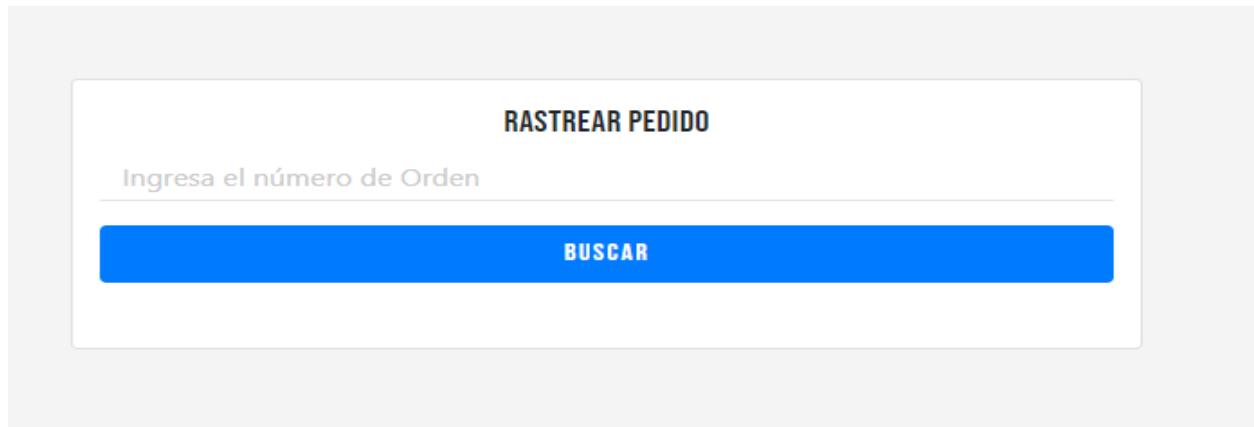
Correo electrónico...

SUSCRIBIR

Procesamiento y envío del pedido:

Studio F Group procesa el pedido, prepara los productos para el envío y proporciona actualizaciones sobre el estado del pedido al cliente.

Recibirá información de seguimiento para rastrear el envío de su pedido.



The image shows a web interface for tracking an order. It features a white rectangular form on a light gray background. At the top of the form, the text 'RASTREAR PEDIDO' is centered in a bold, black, sans-serif font. Below this, there is a text input field with a light gray border and the placeholder text 'Ingresa el número de Orden' in a smaller, gray font. Underneath the input field is a solid blue button with the word 'BUSCAR' in white, bold, uppercase letters.

Evitar la novedad que suele presentarse con los retrasos de los envíos y comprometerse en entregas a tiempo, garantizando productos de calidad.

Evitando prendas rotas, prendas con sensores de alarma.

Podemos implementar colocar en los espacios de la planta, donde se realiza el proceso de alistamiento, unas barras de sensores que emitan el sonido al momento de salir el empaque del espacio del ecommerce.

Recepción y satisfacción:

El cliente recibe el paquete en la dirección de envío proporcionada.

El cliente verifica la integridad de los productos y su conformidad con lo solicitado.

En caso de algún problema con el pedido o insatisfacción, el cliente se comunica con el servicio al cliente de Studio F Group para resolver cualquier inconveniente, usando el medio más rápido y fácil de los clientes que es el WhatsApp, configurando una respuesta rápida y que será atendida su solicitud prontamente.

Postventa y fidelidad:

Studio F Group brinda un servicio al cliente receptivo y resuelve cualquier problema o consulta del cliente de manera oportuna por medio de WhatsApp.

El cliente puede dejar comentarios o reseñas sobre su experiencia de compra en línea, esto con un software que envíe un correo al momento que se haga la entrega oportuna del producto.

Customer Journey Maps



Categoría del producto:

Jeans: Cargos y rotos.

Chaquetas: cuero e índigo

Camiseta oversiza

Tenis: Suela Alta

Líder coach:

Un líder coach es alguien que guía a su equipo de una manera en la que no solo les indica qué hacer, sino que también les ayuda a aprender y crecer. Actúa como un entrenador, escuchando, motivando y apoyando a los miembros del equipo para que alcancen su máximo potencial. El líder coach fomenta el desarrollo individual y colectivo, permitiendo que cada miembro del equipo alcance sus objetivos y se sienta empoderado en el proceso.

Negociación:

La negociación en mercadeo es un aspecto fundamental para el éxito de cualquier empresa en un entorno competitivo. En este contexto, se refiere al proceso mediante el cual las organizaciones establecen acuerdos comerciales con otras partes interesadas, como proveedores, distribuidores, clientes o agencias de publicidad. Durante la negociación, las partes involucradas buscan alcanzar términos y condiciones que les permitan obtener beneficios mutuos y satisfacer sus objetivos comerciales.

Este proceso implica una comunicación efectiva, donde ambas partes expresan sus necesidades, intereses y limitaciones, con el fin de encontrar soluciones viables y equitativas. La habilidad para negociar de manera estratégica y colaborativa es esencial en el mercadeo moderno, ya que puede afectar directamente la rentabilidad, las relaciones comerciales y la percepción de la marca en el mercado. Al lograr acuerdos justos y satisfactorios, las empresas pueden asegurar una mayor eficacia en sus operaciones, establecer alianzas comerciales sólidas y brindar productos o servicios que respondan a las demandas y preferencias de los consumidores.

Marketing digital:

El marketing digital se refiere a la aplicación de estrategias y técnicas de promoción y comercialización a través de medios electrónicos y digitales. En un entorno cada vez más digitalizado, el marketing digital se ha convertido en una herramienta esencial para las empresas y marcas que buscan llegar a su audiencia objetivo de manera efectiva. Este enfoque incluye una amplia gama de tácticas, como el uso de sitios web, redes sociales, correo electrónico, publicidad en línea, SEO (optimización de motores de búsqueda) y contenido multimedia, entre otros, para atraer, interactuar y convertir a los clientes potenciales en clientes satisfechos. El marketing digital ofrece la posibilidad de medir y analizar el rendimiento de las campañas en tiempo real, lo que permite una optimización continua y una mayor personalización de las estrategias para obtener resultados sólidos en un mundo cada vez más conectado y tecnológico.

Diseño de la vitrina.

La vitrina tiene un fondo negro, que representa la noche en la ciudad. En el centro de la vitrina, hay un gran letrero en luces de neón que dice "Studio F Urban Collection" en colores llamativos como rosa y azul eléctrico.

A ambos lados del letrero, se encuentran dos maniquíes femeninos vestidos con prendas destacadas de la colección. Uno lleva un conjunto deportivo de colores vivos, mientras que el otro muestra un vestido ajustado con estampado urbano. Los maniquíes están iluminados con focos dirigidos para resaltar los detalles de las prendas.

En los extremos de la vitrina, hay dos grandes paneles decorativos con grafitis que representan escenas urbanas. Estos paneles están iluminados desde abajo para que los colores resalten y den vida al ambiente.

En la parte inferior de la vitrina, hay varias cajas de luz que muestran imágenes de modelos vistiendo diferentes conjuntos de la colección. Estas imágenes se alternan para crear un efecto dinámico y llamar la atención de los transeúntes.

En un rincón de la vitrina, hay un espejo de cuerpo entero con luces alrededor, donde los clientes pueden verse y apreciar cómo lucirían las prendas de la colección. Junto al espejo, hay un pequeño letrero que dice: "Descubre tu estilo urbano".

En la parte inferior de la vitrina, hay una pantalla táctil interactiva que permite a los clientes explorar la colección y ver vídeos promocionales de Studio F. También hay un recipiente con tarjetas de descuento para incentivar las compras.

La vitrina está iluminada de manera general para que todos los productos sean visibles y se aprecien los detalles. En el suelo de la vitrina, se ha colocado un vinilo adhesivo con el logotipo de Studio F.

Presupuesto de ventas

TALLER

Usted ha sido nombrado Gerente Regional para la empresa TITAN GROUP. Le Corresponde a usted como profesional en ventas, realizar un análisis de la organización de los últimos tres años. SOLUCIONES ESPERADAS POR LA JUNTA DIRECTIVA.

- 1.1 Análisis de las ventas de los últimos 3 años
- 1.2 Asignación de presupuesto
- 1.3 Asignación de presupuesto por regional
- 1.4 Asignación de presupuesto por mes, para el año correspondiente.
- 1.5 Asignación de presupuesto trimestral
- 1.6 Acciones tácticas para cada trimestre.
- 2 ASIGNACION DE PRESUPUESTO POR CRITERIO DE PERSONAL DE VENTAS.
 - Supongamos que la G.N.V. Estima crecer para el año 2014 de la siguiente forma
 - un 5.0% por incremento de precios
 - Un 2.5% en relación a su promedio de venta real de los últimos 3 años.
 - Un 5.0% dado por un crecimiento orgánico “inversiones”
 - PREGUNTAS
 - ¿cuál es el crecimiento esperado total para el año 2014?
 - ¿cuál es el crecimiento de los años 2012,2013?
 - ¿cuál es el cumplimiento promedio de los últimos 3 años?
 - ¿Cuál es el presupuesto estimado para el 2014?
 - ¿Cuánto estima KLOROX crecer para el 2014 con relación al 2013 y 2012 si tiene el siguiente histórico de ventas? Tabla # 1.1.

HISTORICO DE VENTAS KLOROX-HITORICO 2011-2013					
DATOS	2011	2012	2013	PROMEDIO	
VENTAS	298.970	271.005	264.870	278.282	
PPTO	245.890	260.300	254.848	253.679	
CUMPLIMIENTO	121,6%	104,1%	103,9%	109,7%	
CRECIMIENTO		10,3%	-2%		
VENTAS PROMEDIO				278,282	12,5%
PPTO 2014	313,0675			34,7855	
CRECIMIENTO 2014 VS 2012		86464,39%			
CRECIMIENTO 2014 VS 2013			84504,8%		

Studio F.

DISTRIBUCION MEDIA %								
MES	2.011	2.012	2.013	promedio	% media	mes a mes		
enero	29.897	27.100	26.487	27.828	10%	31,3065	84,5292	27%
febrero	26.908	24.391	23.839	25.046	9%	28,1768		
marzo	23.918	21.681	21.190	22.263	8%	25,0459		
abril	14.948	13.550	13.243	13.914	5%	15,6533	50,0907	16%
mayo	17.938	16.260	15.892	16.697	6%	18,7841		
junio	14.948	13.550	13.243	13.914	5%	15,6533		
julio	26.908	24.391	23.839	25.046	9%	28,1768	93,9207	30%
agosto	29.897	27.100	26.487	27.828	10%	31,3065		
septiembre	32.886	29.810	29.135	30.611	11%	34,4374		
octubre	23.918	21.681	21.190	22.263	8%	25,0459	84,5292	27%
noviembre	20.928	18.970	18.541	19.480	7%	21,9150		
diciembre	35.876	32.521	31.784	33.394	12%	37,5683		
total	298.970	271.005	264.870	278.282	100%	313,0675		100%

	PARTICIPACION	PPTO
COSTA	30%	9392,03%
CENTRO	24%	7513,62%
OCCIDENTE	25%	7826,69%
ORIENTE	21%	6574,42%
PPTO		313,0675

REGIONAL	PARTICIPACION	PPTO
ZONA 1	27%	211321%
ZONA 2	29%	226974%
ZONA 3	44%	344374%
TOTAL OCCIDENTE	782669%	

TRIMESTRES	VENTAS	%	PLAN DE VENTAS	VENTAS MARGINAL
TRIMESTRE 1	100.000	30%	300.000	200.000
TRIMESTRE 2	150.000	40%	375.000	225.000
TRIMESTRE 3	200.000	35%	571.429	371.429
TRIMESTRE 4	250.000	45%	555,556	305.556
TOTAL	700.000		1,802,985	1,102,985

Comisiones de ventas

TABLA DE COMISIONES		CATEGORIA	% GANADO DEL	SALARIO VARIABLE
CATEGORIA	% VARIABLE	POR	VARIABLE 100%	\$2.000.000
CATEAGORIA A	20%	4 CATEGORIAS	30%	600.00
CATEAGORIA B	20%	5 CATEGORIAS	50%	1.000.000
CATEAGORIA C	25%	6 CATEGORIAS	100%	2.000.000
CATEAGORIA D	15%			
CATEAGORIA F	10%			
CATEAGORIA G	10%			

Studio F.

<i>CUM %</i>	<i>FACTOR MULTIP. SALARIO VARIABLE</i>	<i>CUM %</i>	<i>FACTOR MULTIP. SALARIO VARIABLE</i>
0-89,9%	0,00%	106-106,9%	132,00%
90-90,9%	53,80%	107-107,9%	1324,00%
91-91,9%	55,40%	108-108,9	136,00%
92-92,9%	57,00%	109-109,9%	138,00%
93-93,9%	58,80%	110-110,9%	140,00%
94-94,9%	60,50%	111-111,9%	142,00%
95-95,9%	85,20%	112-112,9%	145,00%
96-96,9%	88,60%	113-113,9%	147,00%
97-97,9%	92,10%	114% O MAS	150,00%
98-98,9%	95,80%	115-115,9%	150,00%
99-99,9%	100,00%	116-116,9%	150,00%
100-100,9%	104,00%	117-117,9%	150,00%
101-101,9%	108,00%	118-118,9%	150,00%
102-102,9%	112,00%	119-119,9%	150,00%
103-103,9%	118,00%	120-120,9%	150,00%
104-104,9%	125,00%	121-121,9%	150,00%
105-105,9%	130,00%	122-122,9%	150,00%

STUDIO F GROUP S.A 1,3 MILLONES DE SEGUIDORES			
Nombre y Apellido	Perfil	Seguidores/amigos	Publicaciones
VANE MONTIEL GARCIA		1.850	IMÁGENES MOTIVACIONALES
MARIA ISABEL		1.300	VIAJES, OTRO IDIOMA, MODA
LUZ DARY AGUIRRE		250	RELIGION, MODA Y FAMILIA
ANA MARIA GONZALES		890	VIAJES,MODA Y RESTAURANTES
ANA MOJICA		562	VIAJES, ROPA
MARIA GARZON		1.854	MEMES Y FOTOS DE VIAJES
LISS SUAREZ		2.500	VIAJES,MODAS Y NOTICIAS
VANE MONTIEL GARCIA		850	PAISAJES Y MODA

Personalidad de la marca:

1. **Elegante:** Studio F es conocida por su enfoque en la elegancia y el estilo sofisticado. Sus prendas están diseñadas para resaltar la feminidad y realzar la belleza natural de la mujer.
2. **Vanguardista:** La marca tiende a estar a la vanguardia de las últimas tendencias de moda. Sus colecciones a menudo incorporan elementos de moda actualizados y diseños innovadores.
3. **Femenina y romántica:** Studio F tiene una estética femenina y romántica. Sus prendas pueden incluir detalles delicados, colores suaves y estampados florales, lo que refuerza la imagen romántica de la marca.
4. **Sofisticada:** La sofisticación es un sello distintivo de Studio F. Sus prendas están diseñadas para la mujer moderna y segura de sí misma que busca destacar en cualquier ocasión.
5. **Versátil:** La marca ofrece una amplia variedad de prendas que se adaptan a diferentes ocasiones, desde conjuntos elegantes para eventos especiales hasta opciones más casuales para el día a día.
6. **Calidad y atención al detalle:** Studio F se ha asociado con la calidad y la atención al detalle en sus productos. Sus prendas suelen estar confeccionadas con materiales cuidadosamente seleccionados y bien confeccionadas.
7. **Estilo contemporáneo:** La marca refleja un estilo contemporáneo que se adapta a las tendencias actuales, pero también tiene una sensibilidad atemporal que perdura a lo largo del tiempo.
8. **Confianza y empoderamiento:** Studio F busca empoderar a sus clientes a través de la moda. Su ropa está diseñada para hacer que las mujeres se sientan seguras y hermosas, resaltando su individualidad.
9. **Innovación y creatividad:** La marca muestra una actitud innovadora en sus colecciones y diseños. Busca crear nuevas formas de expresión a través de la moda y explorar diferentes enfoques estéticos.

POST DE STUDIO F

Únete a Nuestra Experiencia de Moda Única ❤️ En Studio F, te invitamos a ser parte de nuestra experiencia de moda. Descubre nuestra colección de prendas elegantes y sofisticadas que te ayudarán a expresar tu estilo de manera auténtica y original. Estamos emocionados de ser parte de tu viaje hacia un armario lleno de encanto y sofisticación. ¡Síguenos y únete a la magia de Studio F! ✨👤



#StudioF #Elegancia #ModaSofisticada #VanguardiaDeLaModa
#DetallesQueImportan #EstiloAtemporal #ConfianzaYEmpoderamiento
#FashionLovers #StudioFExperience

https://www.canva.com/design/DAFpl7Sj00c/KBDVt2u2RCuLJ1HnxG1zUA/edit?utm_content=DAFpl7Sj00c&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Conclusión

En conclusión, se implementaron diversas estrategias para capturar al shopper y mejorar su experiencia de compra en Studio F Group. El uso de murales y arte callejero permitió llamar la atención de los clientes potenciales y promocionar la nueva colección de ropa urbana de la marca.

La herramienta de vestidor virtual proporcionó a los clientes una forma interactiva de probarse virtualmente la ropa y los accesorios antes de comprar, lo que aumentó su confianza en la elección de los productos. Además, se fomentó el contenido generado por los usuarios, lo que ayudó a generar confianza y entusiasmo entre los shoppers, animándolos a realizar compras en línea.

La implementación de programas de fidelidad y recompensas también incentivó a los clientes a realizar compras y mantener una relación a largo plazo con la marca.

En cuanto al proceso de compra, se facilitó la navegación y exploración de los productos en el sitio web o plataforma de ecommerce, se ofrecieron filtros de búsqueda y opciones de clasificación para refinar la búsqueda, y se proporcionó información detallada de los productos, incluyendo imágenes, descripciones, tallas, colores, precios y disponibilidad.

El proceso de pago se simplificó al permitir al cliente revisar los productos seleccionados, ingresar la información de envío y seleccionar el método de pago de manera sencilla. Una vez realizada la compra, el cliente recibió una confirmación y Studio F Group procesó y envió el pedido, brindando actualizaciones sobre el estado del envío. Se tomaron medidas para evitar retrasos en los envíos y se garantizó la calidad de los productos, implementando barras de sensores para evitar prendas rotas o con alarmas de seguridad.

En general, estas estrategias y procesos permitieron capturar al shopper, mejorar su experiencia de compra y generar confianza en Studio F Group, lo que resultó en una relación a largo plazo con los clientes y en su satisfacción general con la marca.