



DESARROLLO DE ESTRATEGIAS COMERCIALES PARA LA EMPRESA

JF AROMAS FINOS

BASADO EN DIPLOMADO DE ALTA GERENCIA EN MARKETING

ESTUDIANTES:

JUAN FELIPE GUERRERO GARCIA

YENSI CAROLINA ARIAS AGUIRRE

TECNICO PROFESIONAL EN PROCESOS DE MERCADEO

INSTITUTO TECNICO NACIONAL DE COMERCIO SIMON RODRIGUEZ

SANTIAGO DE CALI 23 JUNIO 2023

PREGUNTA PROBLEMA:

OBJETIVO GENERAL

¿Cómo podemos incrementar la lealtad de los clientes y mejorar las ventas en nuestra empresa de perfumería?

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Aumentar número de clientes leales en un 15% durante los próximos seis meses.
2. Estimar un valor de venta en un 10% en la línea de fragancias de lujo en el transcurso del próximo trimestre.
3. Mejorar la participación en las redes sociales con un aumento aproximado del 20% de seguidores con la marca.

RESUMEN:

Nuestra empresa siempre se ha caracterizado por la importancia que le damos a nuestros clientes y el empeño que le ponemos para brindar la mejor atención en nuestro punto físico como también en nuestras redes sociales y pagina web, ofrecemos una amplia gama de fragancias exclusivas y productos relacionados, con una trayectoria de éxito de más de 2 años, nos hemos ganado la confianza de nuestros clientes. nos destacamos por la calidad de nuestras fragancias utilizando los ingredientes adecuados y las técnicas de preparación, además de esto manejamos una gran interacción con nuestros clientes por medio de publicidades generando una intención de compra siempre y haciendo videos como tutoriales donde enseñamos como aplicar adecuadamente un perfume.

En resumen, somos una empresa líder en ofrecer fragancias exclusivas, una experiencia de compra excepcional y un enfoque centrado en el cliente con compromiso e innovación.

MARCO ESPACIAL DONDE SE DESARROLLO EL TRABAJO Y EN QUE TIEMPO

La empresa JF AROMAS FINOS se desarrolló en un marco espacial local y nacional, con presencia en la ciudad de Cali y otras ciudades, inicialmente la empresa comenzó como un emprendimiento local donde se ganó una reputación por sus fragancias hace 2 años aproximadamente.

A medida que la empresa creció nos extendimos por más ciudades haciéndole llegar nuestros clientes nuestros productos, establecimos conexiones con nuevos proveedores y distribuidores.

Hoy en día nuestra empresa cuenta con un punto de venta físico en el norte de Cali barrio la rivera 2, y también manejamos nuestras redes sociales como otro canal de ventas.

Este trabajo se desarrollo en el instituto técnico nacional de Comercio simón Rodríguez en los días, del 12 de mayo hasta el día 23 de junio del año 2023 en Cali.



AROMAS FINOS

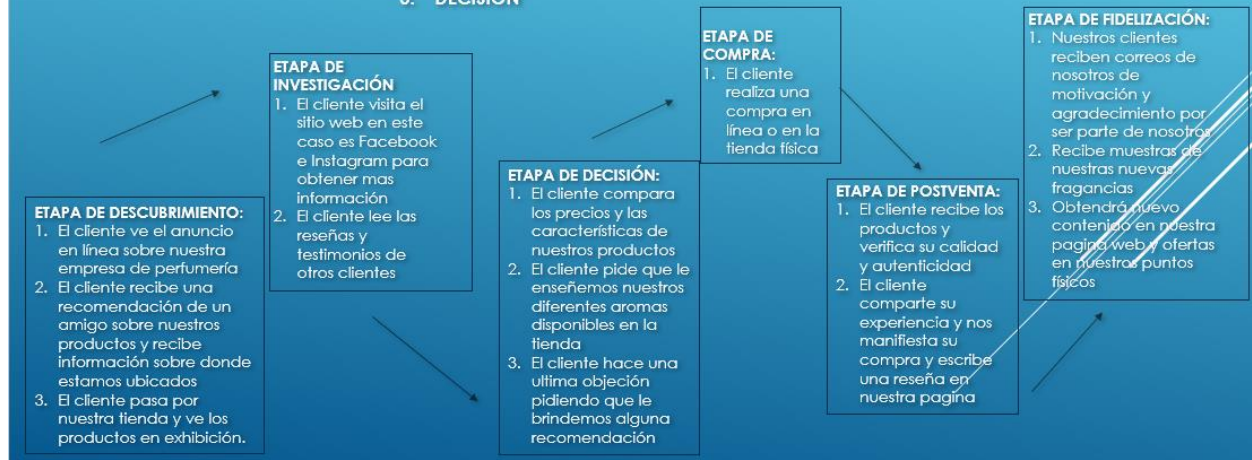


3207753094

MAPA COUSTOMER JOURNEY

Elementos que proyectara nuestro mapa

1. RECONOCIMIENTO
2. CONSIDERACIÓN
3. DECISIÓN



MOMENTO CERO D ELA VERDAD

Carolina Arias y Felipe Guerrero

EMPRESA: JF AROMAS FINOS

Es un día de fiesta con tus amigos, talvez salir con tu novia o simplemente pasar por el lado de alguien, y quieres crear un recuerdo satisfactorio, Y hacerte inolvidable. incrementa tu confianza y expresa tu personalidad con nosotros aromas finos JF. aquí es donde entramos nosotros:

1. Nuestras fragancias van a tener una presencia solida en internet, un sitio web bien diseñado y fácil de navegar, que destaque los diferentes aromas, las promociones y la información relevante sobre el negocio. Además, también tenemos perfiles activos en redes sociales como Facebook e Instagram, donde compartimos contenido visualmente atractivo y mantenemos una comunicación cercana con los clientes.
2. En nuestras redes sociales vamos a compartir contenido relacionado con nuestras fragancias, como las cítricas, amaderadas, florales etc. También mostraremos imágenes y videos del proceso de preparación, y de la manera en que se deben utilizar los perfumes para generar confianza y transmitir la calidad de los productos.
3. Solicitaremos a los clientes satisfechos que dejen en nuestras redes sociales y Googlemaps reseñas y comentarios a favor de nuestra marca y nuestros productos, ya que esto puede influir grandemente en la decisión de otros consumidores y generar confianza y calidad en la página y con nuestro servicio su servicio.
4. Nos asociaremos con influencias locales y expertos en el área de presentación personal para hacer colaboraciones y que ellos compartan su experiencia en sus redes sociales al igual que en la nuestra, esto nos da mayor foco y reconocimiento ante el público local
5. Estaremos monitoreando constantemente las reseñas y comentarios en línea para responderlos de manera oportuna y positiva y resolutive en caso de que fueran negativas. También utilizarlas como oportunidades de mejora.
6. Pagaremos publicidad en línea como Google Ads y el ecosistema de Meta bussines para aparecer en estas redes sociales y Google, para que la gente al momento de estar decidiendo que aroma es más acorde a su estilo, y que sensaciones puede provocar al otra



ASPECTOS A MEJORAR

1. **TENER UN ESPACIO ADECUADO PARA LA EXHIBICION DE LAS VITRINAS**
2. **MEJORAR EL TEMA DE PUBLICIDAD , COMO PENDONES O LA IMAGEN DEL LOCAL**
3. **TENER EL LOCAL EN UNA ZONA MAS VISIBLE Y COMERCIAL PARA EL CLIENTE**
4. **TENER UNA VISUALIZACION DEL LOGO DE LA EMPRESA DE FORMA FISICA QUE IDENTIFIQUE LA MARCA**
5. **GENERAR INTERACCION CON EL CLIENTE QUE PASE PARA ABORDARLO Y GENERARLE UNA INTENCION DE COMPRA**



NUESTRA COMPETENCIA ACTUAL

1. **TIENES VISIBILIDAD DE UN PASACALLES EN LA ANDEN**
2. **TIENEN EXHIBICION DE SU VITRINA Y AVISOS CON EL NOMBRE DE LA PERFUMERIA**



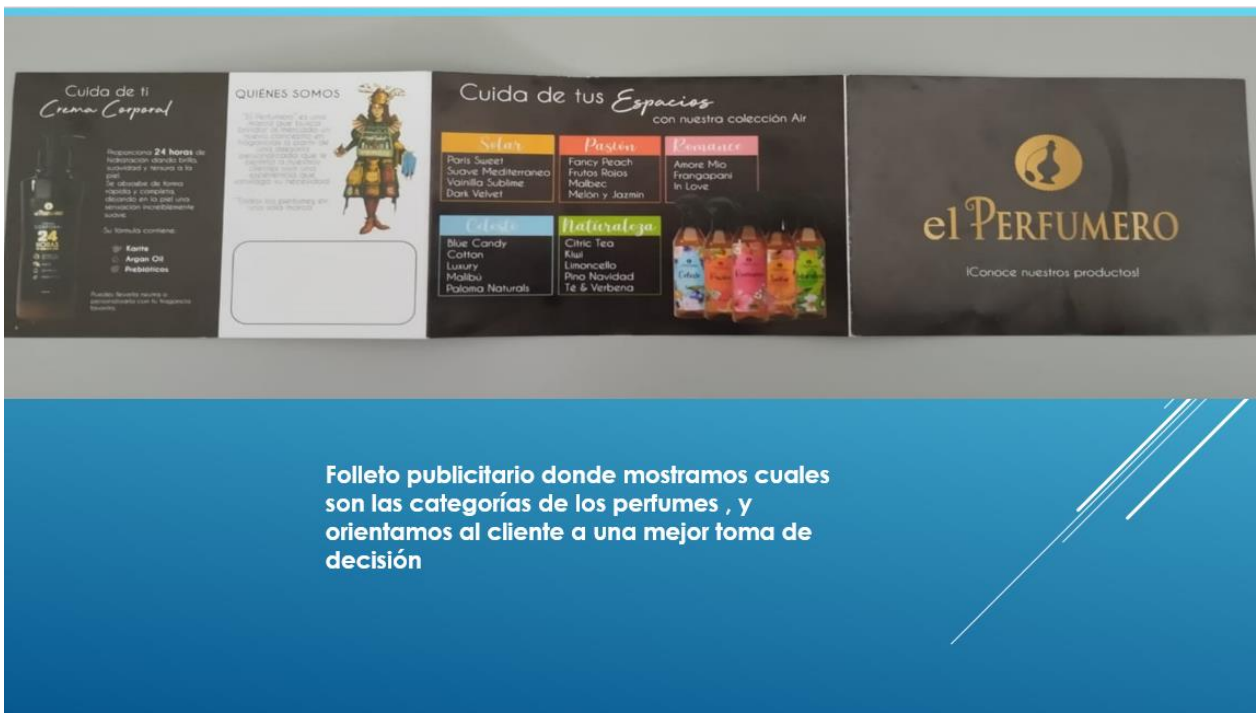


QUE SIGNIFICAN NUESTROS COLORES

El color negro : este color se asocia a la elegancia , poder autoridad , estabilidad serenidad, fuerza e inteligencia.

El dorado: este color se asocia al lujo, a lo costoso, esto permite vincular los productos , los servicios y los espacios a una gama de ciertos valores





Folleto publicitario donde mostramos cuales son las categorías de los perfumes , y orientamos al cliente a una mejor toma de decisión

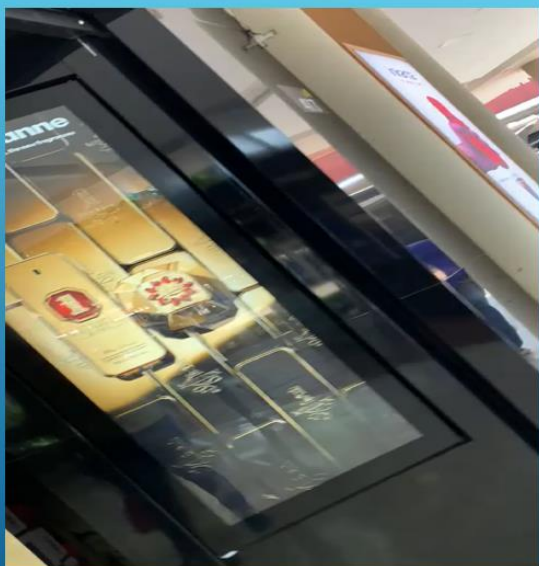




En esta imagen podemos observar como sería la entrada principal de nuestra tienda

Que trae:

Pilones de entrada , promocionando temporadas especiales y descuentos



En este video podemos observar cuando un cliente ingresa a nuestra tienda:

Primero la manera que entra haciendo el recorrido a la manecilla del reloj de forma inversa

SUBCATEGORIAS

HOMBRES:

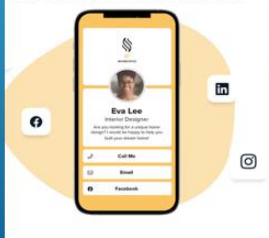
1. Crema de mano de perfume
2. Splash de perfumes para después del baño
3. Desodorante en rolom de perfume

MUJERES:

1. Cremas de victorias secret
2. Splash de victorias secret
3. Cremas de perfumes
4. Splash de perfumes para después del baño
5. Desodorante en rolom de perfume

EFFECTOS VISUALES DE MARCA SITIO WEB Y EN PRESENTACION FISICA.

tarjeta de presentación digital



**ESTRATEGIA DE PRECIO
CON METODO MARGEN
O COSTO**

**COSTO PERFUME
1 onza**

$$PVU = CU / (1 - MG)$$

$$PVU = 7,000 / (1 - 0,6)$$

$$PVU = 14,000$$

$$PC - PV = 7,000 - 14,000$$

$$UT = 7,000$$

$$MG = 7,000 / 14,000$$

$$MG = 0,5 \times 100 = 50\%$$



PRECIO SEÑUELO

1 ONZA 15.000

**2 ONZAS
25.000**



3 ONZAS 35.000



