.

Informe consolidado de seguimiento

1 Gestión Estratégica Comercial

Fecha Programada: 16/05/2024 0:00:00 Fecha de ejecución: 16/05/2024 0:00:00

Descripción:

16-05-2024 Realizar ejemplos de buyer persona de clientes potenciales 05-04-2024 Dar a conocer el diseño e implementación de herramientas de investigación de mercado y validación. 12-06-2024 Fijar indicadores de seguimiento en el área de marketing, comercial y ventas. 10-07-2024 Desarrollar estrategias de mercadeo que con lleven a la generación de ingresos y posicionamiento de marca de las Unidades Productivas de Café

Avance:

16-05-2024 El objetivo de esta reunión es asesorar al Sr. Alejandro Franco en la creación de ejemplos de buyer persona para clientes potenciales que compran café pergamino seco en el municipio de Líbano, Tolima. La identificación precisa de los buyer personas ayudará a Alejandro a enfocar sus esfuerzos de marketing y ventas de manera más efectiva.

Importancia de los Buyer Personas

Los buyer personas son representaciones semi-ficticias de los clientes ideales basadas en datos reales y algunas especulaciones fundamentadas sobre sus demografías, comportamientos, motivaciones y objetivos. Identificar y entender a los buyer personas permite:

Mejorar las estrategias de marketing.

Personalizar la comunicación con los clientes.

Desarrollar productos que satisfagan mejor las necesidades del mercado.

Proceso para Crear Buyer Personas

Investigación y Recolección de Datos:

Entrevistas: Realizar entrevistas a clientes actuales y potenciales para obtener información detallada sobre sus preferencias y comportamientos.

Encuestas: Distribuir encuestas a través de correo electrónico, redes sociales y en puntos de venta para recoger datos relevantes.

Análisis de Datos: Utilizar datos existentes de ventas, CRM y Google Analytics para identificar patrones y tendencias.

Segmentación del Mercado:

Demografía: Edad, género, ingreso, educación, estado civil.

Geografía: Ubicación específica en Líbano, Tolima.

Psicografía: Intereses, valores, estilo de vida.

Comportamiento: Hábitos de compra, criterios de decisión.

Ejemplo de Buyer Persona 1: "Juan, el Productor Local"

Nombre: Juan Ramírez

Edad: 45 años

Ocupación: Productor de café en Líbano, Tolima

Ingresos: $2,000 - $3,000 mensuales

Educación: Educación secundaria completa

Estado Civil: Casado, 3 hijos

Intereses: Agricultura sostenible, tecnología agrícola, ferias de café

Motivaciones:

Mejorar la calidad de su producción.

Obtener precios justos por su café.

Acceder a mercados internacionales.

Frustraciones:

Precios fluctuantes del mercado.

Falta de acceso a financiamiento.

Dificultades en la logística y transporte.

Criterios de Decisión:

Precio competitivo.

Soporte técnico y asesoría.

Reputación del comprador.

05-04-2024 El orientador presentó un análisis detallado del diseño de las herramientas de investigación de mercado propuestas para la Asociación de Cafeteros. Esto incluyó:

- Identificación de objetivos de investigación.
- Metodología de investigación, incluyendo encuestas, entrevistas, análisis de datos secundarios, entre otros.
- Diseño de cuestionarios y guiones de entrevistas.
- Plan de muestreo y selección de muestra representativa.
- Cronograma de actividades para la recolección de datos.

2. Implementación de herramientas de investigación de mercado: Se discutió el proceso de implementación de las herramientas de investigación de mercado, incluyendo:

- Capacitación del personal involucrado en la recolección de datos.
- Ejecución de la recolección de datos de acuerdo con el cronograma establecido.
- Monitoreo y control de la calidad de los datos recolectados.
- Análisis preliminar de los datos obtenidos.

3. Validación de resultados: Se presentó un plan para validar los resultados obtenidos a través de la investigación de mercado, incluyendo:

- Comparación de resultados con datos históricos y de referencia.
- Revisión por parte de expertos en el campo.
- Realización de pruebas piloto para validar la efectividad de las estrategias propuestas.

4. Discusión y conclusiones: Se abrió un espacio para discutir cualquier pregunta o inquietud por parte de los miembros de la Asociación de Cafeteros. Se enfatizó la importancia de seguir de cerca el proceso de implementación y validar los resultados obtenidos para garantizar su relevancia y precisión.

Finalmente, se acordó seguir trabajando en estrecha colaboración para llevar a cabo la implementación de las herramientas de investigación de mercado de manera efectiva y lograr los objetivos planteados por la Asociación de Cafeteros.

2 Gestión de la Productividad Administrativa y laboral

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

3 Gestión de la Productividad Operacional

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

4 Gestión de calidad

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

5 Gestión de la innovación / Desarrollo y sofisticación de producto

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

6 Gestión Financiera y Contable

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

7 Gestión Logística

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

8 Gestión de la transformación digital

Fecha Programada: 06/08/2024 0:00:00 Fecha de ejecución: 06/08/2024 0:00:00

Descripción:

06-08-2024 Conceptos de transformación digital, aplicabilidad y beneficios. 11-09-2024 Conceptos y alternativas frente a herramientas digitales en la asociación. 08-10-2024 Diseño e implementación de estrategias digitales

Avance:

06-08-2024 Actividad a realizar en el mes de Agosto. 11-09-2024 Actividad a realizar en el mes de Septiembre. 08-10-2024 Actividad a realizar en el mes de Octubre

.

9 Gestión de la Sostenibilidad

Fecha Programada:

Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

10 Indicadores de Gestión

Fecha Programada:

Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

11 Gestión de la propiedad intelectual

Fecha Programada:

Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

12 Índice de productividad

Fecha Programada:

Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

13 Otro

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:
Otro seguimiento a indicadores propuestos

Avance:

14 Concepto final

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

15 Cierre de asesoría

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance: