.

Informe consolidado de seguimiento

1 Gestión Estratégica Comercial

Fecha Programada: 09/08/2024 0:00:00 Fecha de ejecución: 09/08/2024 0:00:00

Descripción:

09-08-2024 Diseño de un buyer persona para un cliente potencial 19-07-2024 Explicación en el diseño e implementación de un plan de marketing 3-09-2024 Desarrollo de estrategias para mejorar la experiencia del cliente. 11-10-2024 Desarrollo de estrategias de posicionamiento y branding.

Avance:

09-08-2024 Objetivo de la Asesoría: Guiar a Marabm Colombia S.A.S. en el diseño y desarrollo de perfiles de buyer persona para identificar y entender mejor a sus clientes potenciales, con el fin de optimizar las estrategias de marketing y ventas y mejorar la alineación de sus productos y servicios con las necesidades y preferencias del mercado.

Temas Abordados:

Definición de Buyer Persona:

Concepto: Explicación de qué es un buyer persona y su importancia en la estrategia de marketing y ventas.

Beneficios: Cómo el desarrollo de buyer personas puede ayudar a mejorar la segmentación del mercado, personalizar las estrategias de marketing y optimizar los esfuerzos de ventas.

Pasos para Diseñar un Buyer Persona:

Investigación y Recolección de Datos:

Datos Demográficos: Edad, género, ubicación, nivel educativo y ocupación.

Datos Psicográficos: Intereses, valores, actitudes, comportamientos y desafíos.

Datos Comportamentales: Hábitos de compra, fuentes de información preferidas, frecuencia de compra, presupuesto.

Entrevistas y Encuestas:

Realización de entrevistas con clientes actuales, prospectos y expertos de la industria para obtener información cualitativa.

Distribución de encuestas para recolectar datos cuantitativos sobre las necesidades y preferencias del cliente.

Análisis de Competencia:

Estudio de cómo los competidores se dirigen a sus clientes potenciales y qué estrategias utilizan para captar y retener clientes.

Creación de Perfiles:

Desarrollar perfiles detallados basados en los datos recolectados, que incluyan información demográfica, psicográfica y comportamental.

Crear descripciones de buyer personas que representen a los segmentos clave de clientes potenciales.

Aplicación del Buyer Persona:

Desarrollo de Estrategias de Marketing Personalizadas: Utilizar los perfiles de buyer persona para diseñar campañas de marketing dirigidas y mensajes que resuenen con las necesidades y deseos de cada perfil.

Optimización de Productos y Servicios: Alinear el procesamiento y evaluación del café con las expectativas y preferencias de los buyer personas.

Mejora de la Comunicación y Ventas: Adaptar las técnicas de ventas y los canales de comunicación para abordar de manera efectiva a los buyer personas.

Recomendaciones:

Realizar una investigación exhaustiva para recopilar datos precisos sobre los clientes potenciales y sus características.

Desarrollar al menos tres perfiles de buyer persona que representen los principales segmentos de clientes para Marabm Colombia S.A.S.

Implementar las estrategias de marketing y ventas basadas en los perfiles de buyer persona para mejorar la efectividad y el retorno de inversión.

Revisar y actualizar periódicamente los perfiles de buyer persona para reflejar los cambios en el mercado y las preferencias de los clientes.

19-07-2024 El objetivo de la asesoría es la explicación del diseño de un plan de marketing, para ello se tocaron los siguientes puntos:

Análisis de Mercado:

Identificación de la situación actual del mercado del café.

Segmentación del mercado para determinar el público objetivo (consumidores de café gourmet, cafeterías, supermercados, etc.).

Análisis de la competencia para identificar oportunidades y amenazas.

Propuesta de Valor:

Desarrollo de una propuesta de valor única basada en la calidad del café de MARABM COLOMBIA SAS.

Enfatizar las propiedades sensoriales del café, su origen, proceso de producción, y el compromiso con la sostenibilidad.

Objetivos de Marketing:

Definición de objetivos claros y medibles (aumentar la cuota de mercado, incrementar las ventas online, mejorar la notoriedad de la marca, etc.).

3. Implementación de un Plan de Marketing

Estrategias de Marketing:

Marketing Digital:

Desarrollo de una estrategia de contenidos para redes sociales y blogs.

Utilización de campañas de publicidad en plataformas digitales (Google Ads, Facebook Ads, Instagram).

Creación de una página web optimizada para SEO y experiencia del usuario.

Marketing Tradicional:

Publicidad en medios impresos y radio.

Participación en ferias y eventos del sector cafetalero.

Colaboración con influencers y embajadores de marca.

Promociones y Ofertas:

Implementación de descuentos y promociones especiales para nuevos clientes.

Programas de fidelización para clientes recurrentes.

Estrategias de Distribución:

Identificación y desarrollo de canales de distribución adecuados (ventas directas, distribuidores, puntos de venta minoristas).

Expansión a mercados internacionales mediante acuerdos con distribuidores extranjeros.

Medición y Análisis:

Implementación de KPIs para medir el rendimiento de las campañas de marketing.

Uso de herramientas de análisis (Google Analytics, informes de redes sociales) para evaluar y ajustar las estrategias según los resultados.

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: 12/11/2024 0:00:00 Fecha de ejecución: 12/11/2024 0:00:00

Descripción:
12-11-2024 Diseño e implementación de estrategias digitales y herramientas digitales en la empresa

Avance:
Se realizara en el mes de Diciembre

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: