Outlook

Correo de cierre del programa de fortalecimiento empresarial

Desde Diana Gisselle Rodriguez Garcia <dgrodriguezg@sena.edu.co>
Fecha Mié 20/11/2024 15:19
Para jessicalorenasanchezreyes@gmail.com <jessicalorenasanchezreyes@gmail.com>

1 archivo adjunto (3 MB)
Informe Final e Indice de productividad.pdf;

Buen día estimada Jessica, cordial saludo

Nos dirigimos a usted para informarle que el día 13 de noviembre, se dio por finalizado las asesorías del programa de Fortalecimiento Empresarial del Centro de Desarrollo Empresarial para su empresa. Durante el transcurso de las asesorías, se ha abordado diversos aspectos cruciales para el desarrollo y crecimiento de la empresa. A continuación, se presenta un breve resumen de los temas tratados y los logros alcanzados:

En la asesoría brindada a Salchiexpress, se discutió la importancia del posicionamiento y el branding para mejorar el reconocimiento de la marca y consolidar su identidad en el mercado. Se destacó que el posicionamiento debe enfocarse en cómo la empresa desea ser percibida por sus clientes, diferenciándose de la competencia, mientras que el branding implica la gestión estratégica de los elementos de la identidad de la marca, como el nombre, logotipo, colores, eslogan y tono de comunicación. La propuesta es lograr que Salchiexpress sea vista como una marca juvenil, rápida, accesible y divertida, asociada a experiencias agradables a través de su producto.

Además, se establecieron estrategias para el diseño del posicionamiento de la marca, como la identificación del cliente ideal (buyer persona), el cual se definió como jóvenes de entre 18 y 35 años, interesados en comida rápida, productos innovadores y experiencias informales. La propuesta de valor única debe centrarse en resaltar las características diferenciales del producto, como "la combinación perfecta de papas crocantes y rellenos sorprendentes, listos para cualquier antojo". En cuanto al branding, se sugirió que el logotipo y los colores deben reflejar dinamismo y juventud, con colores como el amarillo y rojo, y un eslogan pegajoso como "Más que papas, momentos rellenos de sabor". El tono de comunicación debe ser cercano, amigable y juvenil, especialmente en plataformas como redes sociales.

Para el posicionamiento digital y la promoción, se propuso una fuerte presencia en redes sociales como Instagram, TikTok y Facebook, creando contenido entretenido como videos cortos, encuestas y desafíos. También se sugirió colaborar con influencers locales para generar contenido auténtico y utilizar plataformas de delivery como Rappi, iFood y Uber Eats con fotos atractivas y promociones estratégicas. Un programa de fidelización fue recomendado para premiar a los clientes frecuentes, acumulando puntos con cada compra que puedan canjear por productos gratuitos, además de campañas de promoción como 2x1 o descuentos para primeras compras.

Para fortalecer la fidelización de clientes, se sugirieron varias estrategias, como la implementación de un programa de lealtad por puntos, tarjetas de cliente frecuente, ofertas exclusivas para clientes

recurrentes y sorpresas en fechas especiales como cumpleaños. También se propuso la personalización de la experiencia del cliente, mediante detalles únicos como empaques personalizados o notas de agradecimiento. Para implementar estas estrategias, se sugirió utilizar herramientas digitales como una aplicación móvil o un sistema CRM para gestionar las preferencias y compras de los clientes, así como marketing por SMS y email para enviar promociones personalizadas.

En cuanto a las tendencias emergentes en la industria alimentaria, se recomendó que Salchiexpress se adapte a la creciente demanda de alimentos saludables y funcionales, ofreciendo opciones como papas horneadas en lugar de fritas, salchichas bajas en grasa y opciones vegetarianas o veganas. Además, se sugirió incorporar prácticas de sostenibilidad, como el uso de envases biodegradables y la compra de ingredientes de proveedores locales, lo que apoyaría tanto la economía local como la reducción de la huella de carbono. Por último, la experiencia del cliente debe ser clave, creando una conexión emocional a través de la personalización y el ofrecimiento de productos que generen experiencias memorables.

Resultados Obtenidos

Los resultados obtenidos de la asesoría a Salchiexpress fueron los siguientes:

1. Definición clara del posicionamiento y branding: Se logró establecer una dirección estratégica clara para el posicionamiento de la marca como juvenil, rápida, accesible y divertida. También se definió el branding, con elementos como un logotipo dinámico, colores representativos (amarillo y rojo), y un eslogan pegajoso ("Más que papas, momentos rellenos de sabor"), lo cual contribuye a una identidad coherente y atractiva.
2. Segmentación del cliente ideal: Se identificó el perfil del cliente objetivo, centrado en jóvenes de entre 18 y 35 años que buscan productos innovadores y experiencias informales. Esto permitió enfocar la comunicación y las estrategias de marketing hacia un público específico y relevante.
3. Propuesta de valor única: Se desarrolló una propuesta de valor sólida que resalta las características diferenciales del producto, enfocándose en la calidad y originalidad, destacando los ingredientes frescos y la variedad de rellenos y combinaciones que ofrece Salchiexpress.
4. Estrategias digitales implementadas: Se consolidó una presencia digital en redes sociales como Instagram, TikTok y Facebook, con contenido interactivo y atractivo como videos cortos, encuestas y desafíos. Además, se sugirió colaborar con influencers locales para generar mayor visibilidad y autenticidad.
5. Programa de fidelización: Se diseñó un plan para premiar la lealtad de los clientes a través de un sistema de puntos, con recompensas por compras recurrentes. También se propuso la implementación de ofertas exclusivas y sorpresas para clientes frecuentes, lo que contribuye a fortalecer la relación con los consumidores.
6. Adaptación a tendencias del mercado: Se introdujeron recomendaciones para ofrecer opciones más saludables y sostenibles, como papas horneadas, salchichas bajas en grasa y alternativas vegetarianas. Además, se consideró el uso de envases biodegradables y la compra de ingredientes locales, alineándose con las tendencias actuales de sostenibilidad y salud.
7. Mejoramiento en la experiencia del cliente: Se propuso personalizar la experiencia del cliente con detalles únicos, como empaques personalizados o notas de agradecimiento, generando una conexión emocional con la marca.

Recomendaciones

Entre las recomendaciones dadas durante la asesoría a Salchiexpress, se incluyeron los siguientes puntos clave:

1. Refuerzo de la presencia digital: Se sugirió intensificar las estrategias de marketing digital mediante la creación de contenido atractivo y regular en plataformas como Instagram, Facebook y TikTok, aprovechando herramientas como Reels, stories y publicaciones interactivas. Esto no solo aumentaría la visibilidad de la marca, sino que también facilitaría una conexión más directa y auténtica con los clientes, algo crucial para llegar al público joven.

2. Optimización del servicio al cliente: Es fundamental priorizar la experiencia del cliente desde el primer contacto, tanto en el local físico como a través de plataformas de delivery. Se recomendó la implementación de un sistema de pedidos en línea eficiente, junto con una atención al cliente de calidad, que incluya tiempos de espera claros, personal amable y soluciones rápidas ante cualquier inconveniente.
3. Desarrollo de alianzas estratégicas: Se aconsejó establecer asociaciones con influencers locales, blogueros gastronómicos y marcas complementarias (como empresas de bebidas o snacks) para crear campañas colaborativas que amplifiquen el alcance de Salchiexpress y aumenten la confianza del público objetivo.
4. Fidelización de clientes: Se recomendó implementar un programa de recompensas o puntos, donde los clientes acumulen beneficios por su frecuencia de compra. Esta estrategia de fidelización puede ser clave para aumentar las ventas recurrentes y fortalecer la relación con los consumidores a largo plazo.
5. Diversificación del menú: Considerando las tendencias actuales hacia hábitos alimenticios más saludables, se sugirió la incorporación de opciones más ligeras o saludables, como papas horneadas, vegetales o salchichas sin conservantes. Esto podría atraer a un público más amplio y consciente de la salud, ampliando el alcance del negocio.
6. Mejoras en el diseño de marca: Aunque se definió una dirección clara de branding, se recomendó seguir trabajando en la identidad visual de la marca, incluyendo la actualización del empaque con elementos más modernos y sostenibles, como envases biodegradables, lo cual también fortalecería la imagen de marca frente a un público que valora la responsabilidad social y ambiental.
7. Implementación de promociones y eventos: Se sugirió organizar eventos o promociones especiales, como descuentos por tiempo limitado, o concursos en redes sociales, para generar mayor engagement y atraer a nuevos clientes. Las promociones de "compra uno y recibe el segundo a mitad de precio" o descuentos en combos para grupos podrían ser atractivas para el público objetivo.
8. Monitoreo constante de resultados: Finalmente, se recomendó realizar un seguimiento constante de las acciones de marketing a través de métricas como el tráfico en redes sociales, la tasa de interacción, y la satisfacción del cliente. Esto permitirá ajustar las estrategias en tiempo real y garantizar que la marca se mantenga alineada con las expectativas de su público.

CALCULO DEL INDICE DE PRODUCTIVIDAD
Se aplica índice de productividad arrojando un resultado de 2,36

CIERRE DEL SERVICIO
Se da por finalizada la asesoría y se invita al empresario que puede recibir nuevamente el servicio en caso de requerir fortalecimiento en otras áreas para la vigencia 2025.
Nota: se anexa el informe final de asesoría y el índice de productividad

Cordialmente,

Diana Gisselle Rodriguez Garcia
Despacho Regional – Orientadora de emprendimiento
dgrodriguezg@sena.edu.co
Cel: 3015170145
Transversal 1ª No. 42-44, Ibagué