Outlook

Asesoría de cierre del servicio del programa OFF

Desde Diana Gisselle Rodriguez Garcia <dgrodriguezg@sena.edu.co>
Fecha Lun 18/11/2024 21:10
Para ingridlicethvicanaromero@gmail.com <ingridlicethvicanaromero@gmail.com>

Buen día Ingrid, cordial saludo

El día de hoy se concluyó el proceso de acompañamiento por parte de la orientadora del Centro de Desarrollo Empresarial en el proceso de puesta en marcha de otras fuentes de financiación.

A partir del mes de febrero hasta el presente mes de noviembre, se brindó asesorías y acompañamientos en las siguientes actividades:

1. Diseñar el proceso de planeación estratégica de la empresa
2. Diseño e implementación de un plan de mercadeo
3. Estrategias de marketing digital
4. Estrategias para innovar en el modelo de negocio
5. Definir el buyer persona ideal

Los resultados logrados fueron:
Diseñar el Proceso de Planeación Estratégica de la Empresa: se implementó un proceso estructurado para la planeación estratégica, que incluye la definición de la misión, visión, objetivos a corto, mediano y largo plazo, así como la identificación de oportunidades y amenazas del mercado. La empresa ahora tiene un marco claro para la toma de decisiones y la asignación de recursos. Se establecieron indicadores clave de desempeño (KPIs) que permitirán evaluar el avance hacia los objetivos planteados.
Diseño e Implementación de un Plan de Mercadeo: se diseñó un plan de mercadeo integral que abarca la segmentación del mercado, la definición de estrategias de producto, precio, plaza y promoción (las 4 P's). Se identificaron los canales más efectivos para alcanzar al público objetivo y se establecieron tácticas para mejorar la visibilidad de la marca. El plan ha sido implementado, y se han observado incrementos en la interacción con los clientes y una mayor presencia de la marca en el mercado local.
Estrategias de Marketing Digital: se desarrollaron estrategias de marketing digital centradas en la optimización de la presencia en redes sociales, la creación de contenido relevante y el uso de herramientas de publicidad online (Google Ads, Facebook Ads). Además, se mejoró el sitio web y la experiencia del usuario, implementando SEO para mejorar el posicionamiento en motores de búsqueda. Como resultado, la tienda ha aumentado la generación de leads y la conversión de visitas online a compras.
Estrategias para Innovar en el Modelo de Negocio: se implementaron nuevas líneas de productos y servicios, como talleres de cata de café y suscripciones mensuales, lo que diversificó las fuentes de ingresos. Además, se recomendó la colaboración con proveedores de productos orgánicos y sostenibles, lo que permitió reforzar la propuesta de valor de la tienda en términos de responsabilidad social y ambiental. La innovación ha mejorado la competitividad en el mercado y ha atraído a un público más amplio.
Definir el Buyer Persona Ideal: se definió y validó un buyer persona ideal, como el perfil de Sebastián Ramírez, lo que permitió a la tienda personalizar sus estrategias de marketing y ventas. Con base en este perfil, se ajustaron las tácticas de comunicación y se diseñaron promociones específicas. Además, se

optimizó el uso de las redes sociales, mejorando la segmentación de los anuncios y alcanzando de manera más efectiva a los clientes potenciales. Este enfoque ha permitido mejorar la fidelización de clientes y generar una experiencia más personalizada y atractiva.

Recomendaciones:
Para continuar con el crecimiento y consolidación de la tienda Café Tierra de Grandes, se recomienda fortalecer la implementación de las estrategias de marketing digital mediante el uso de herramientas de análisis de datos, como Google Analytics, para medir el rendimiento de las campañas y ajustar las tácticas en tiempo real. Además, es importante seguir innovando en el modelo de negocio, explorando nuevas alianzas con productores locales y ofreciendo experiencias únicas, como eventos exclusivos o cafés de temporada. A nivel de planeación estratégica, se sugiere realizar revisiones periódicas para asegurarse de que los objetivos y KPIs se alineen con los cambios del mercado. Por último, es fundamental seguir perfeccionando el buyer persona, a través de la recopilación constante de feedback de los clientes, lo que permitirá mejorar la personalización de las ofertas y garantizar una comunicación aún más eficaz con el público objetivo.

Cierre del servicio
Sin más asuntos que tratar, se da por finalizado el proceso de acompañamiento en el proceso de puesta en marcha de otras fuentes de financiación y se da a conocer al empresario el programa de fortalecimiento empresarial la cual consiste en brindar asesoría para el fortalecimiento a las pequeñas y medianas empresas con el fin de contribuir con su crecimiento y escalabilidad. A través de este programa, se atienden a empresas legalmente constituidas que provengan de los programas Fondo Emprender y Emprendimiento otras fuentes de financiación y la ruta inicia a través del diligenciamiento en la plataforma y se elabora de manera conjunta el diagnostico y un plan de acción.

Quedamos atentos en caso de requerir el servicio para la vigencia del año 2025.

Cordialmente,

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