

CARNES

DESDE  2015

VAR

CARNICERÍA

DANIEL DIOSSA

MISIÓN

Brindar productos y servicio de excelente calidad que se acomoden a todos los estratos socioeconómicos



VISIÓN

Para el segundo semestre del año 2021 tendremos mayor posicionamiento de marca en redes sociales y mayores porcentajes de ventas.

Se harán estudios sobre empaquetados y cortes de nuestros productos para crear una diferenciación de marca intentando cada vez más ser más amigables y sostenibles con el medio ambiente.

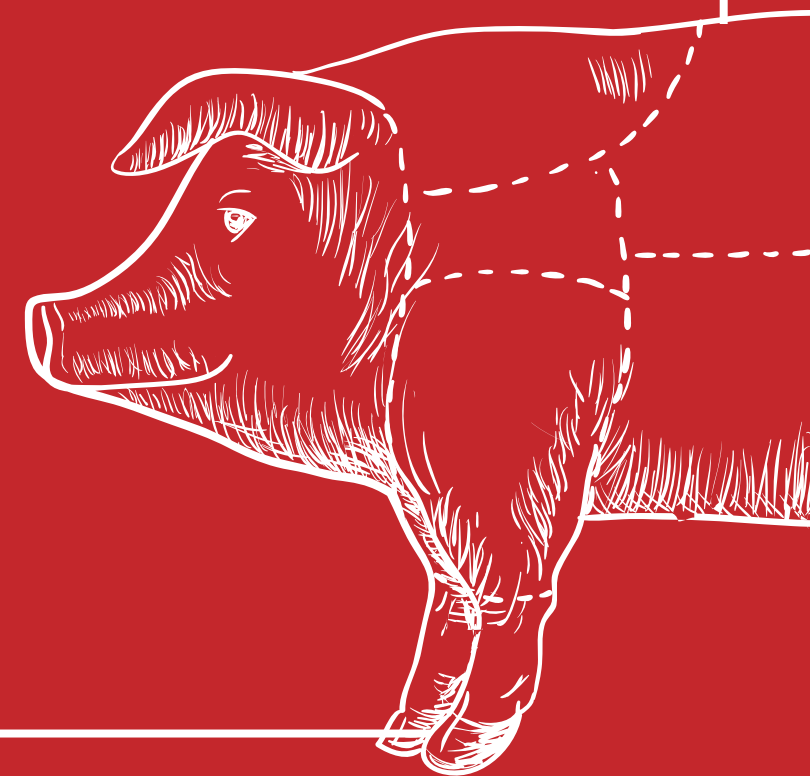
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para Carnes VAR cambiar sus canales de comunicación tradicional y de ventas con sus clientes para vender a través de las redes sociales y realizar la apertura de un mercado digital representa un gran reto.

Actualmente todos los puntos de venta de la carnicería son físicos y el contacto con los clientes es directo, podríamos decir que hasta el día de hoy Carnes VAR ha tenido una cultura organizacional tradicional con un servicio al cliente directo y presencial en la venta de sus productos cárnicos.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es la estrategia de comunicación que requiere el cliente digital de Carnes VAR para llegarle de una manera efectiva y directa?



CARNES VAR

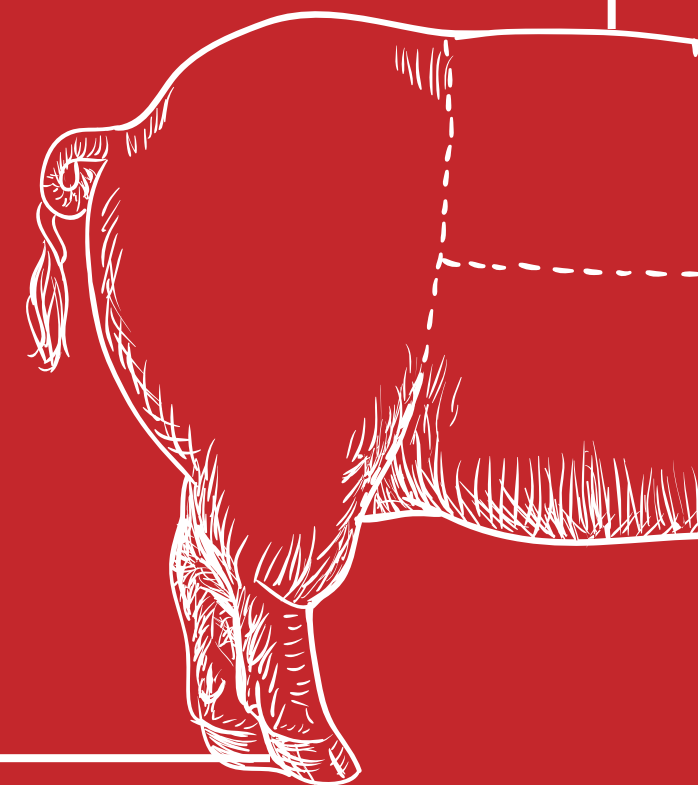
La propuesta es que Carnes VAR logre generar un cambio significativo en su comunicación tradicional siendo un poco más vanguardista, logrando conectar con las exigencias que su público objetivo le pide ante la actual situación de pandemia y los cambios que trae consigo al mercado, haga partícipe de este cambio e interactúe con su cliente a través de nuevos canales de comunicación y venta.

METODOLOGÍA

Con un enfoque descriptivo cualitativo, su objetivo principal es entender porqué por medio de una observación inteligente lo importante que es realizar un cambio en la comunicación tradicional externa de Carnes VAR y realizar una actualización de sus canales de comunicación con el cliente final.

Las siguientes etapas serán las utilizadas para el desarrollo del problema de esta investigación:

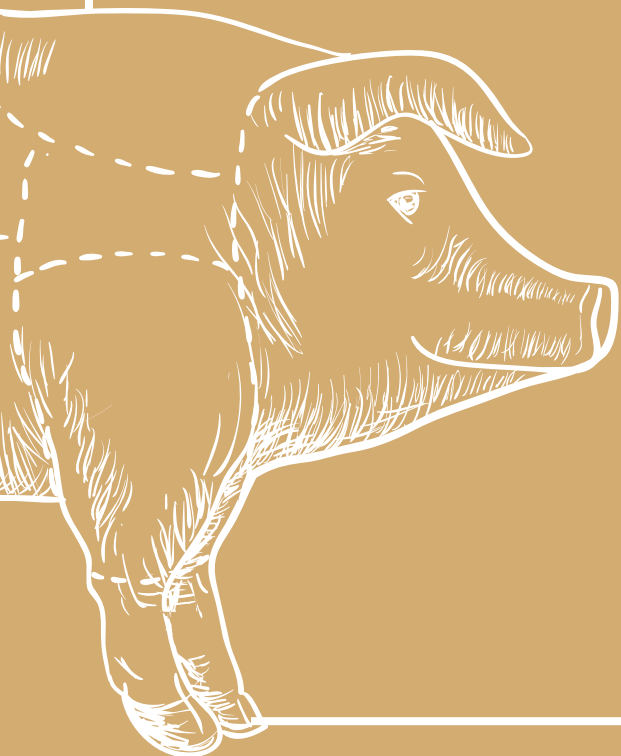
- Identificación y delimitación del problema
- Observación y registro de datos
- De-codificación y categorización de la información
- Análisis
- Propuestas



DESARROLLO DEL PRODUCTO

SOCIAL MEDIA PLAN

- Estructura comunicacional
- Público objetivo
- Análisis de plataforma
- Estrategias y tácticas - Qué y cómo
- Plan de contenidos
- Plan de contingencia





GRACIAS