



DESCRIPCION DETALLADA DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO

¿QUE ES? ¿QUE HACE?

Es hora de pensar en como vas a vender tu producto y/o servicio y para ello, lo primero que debes hacer es definir de manera muy sencilla ¿Que es? ¿Que hace?

ASI SE DESARROLLA PARA LA EMPRESA DE JUAN

- **¿Que es?**
turrone de cafe

- **¿Que hace?**
satisfacen el apetito con un dulce tipico de la zona cafetera.

TEN EN CUENTA!!

La descripcion es sencilla, asi que no te compliques.

- **las características funcionales o necesidades** son los usos que las qpersona que compra, le da a tu producto

TEN EN CUENTA!!

"¿Que hace? el producto poniendote en los zapatos de quien lo compra.

ASI SE IDENTIFICAN PARA LOS TURRONES

Ademas de Satisfacer el apetito por un dulce tipico de la Zona Cafetera, el turrón de cafe es un excelente recuerdo y regalo que los turistas tienden a comprar

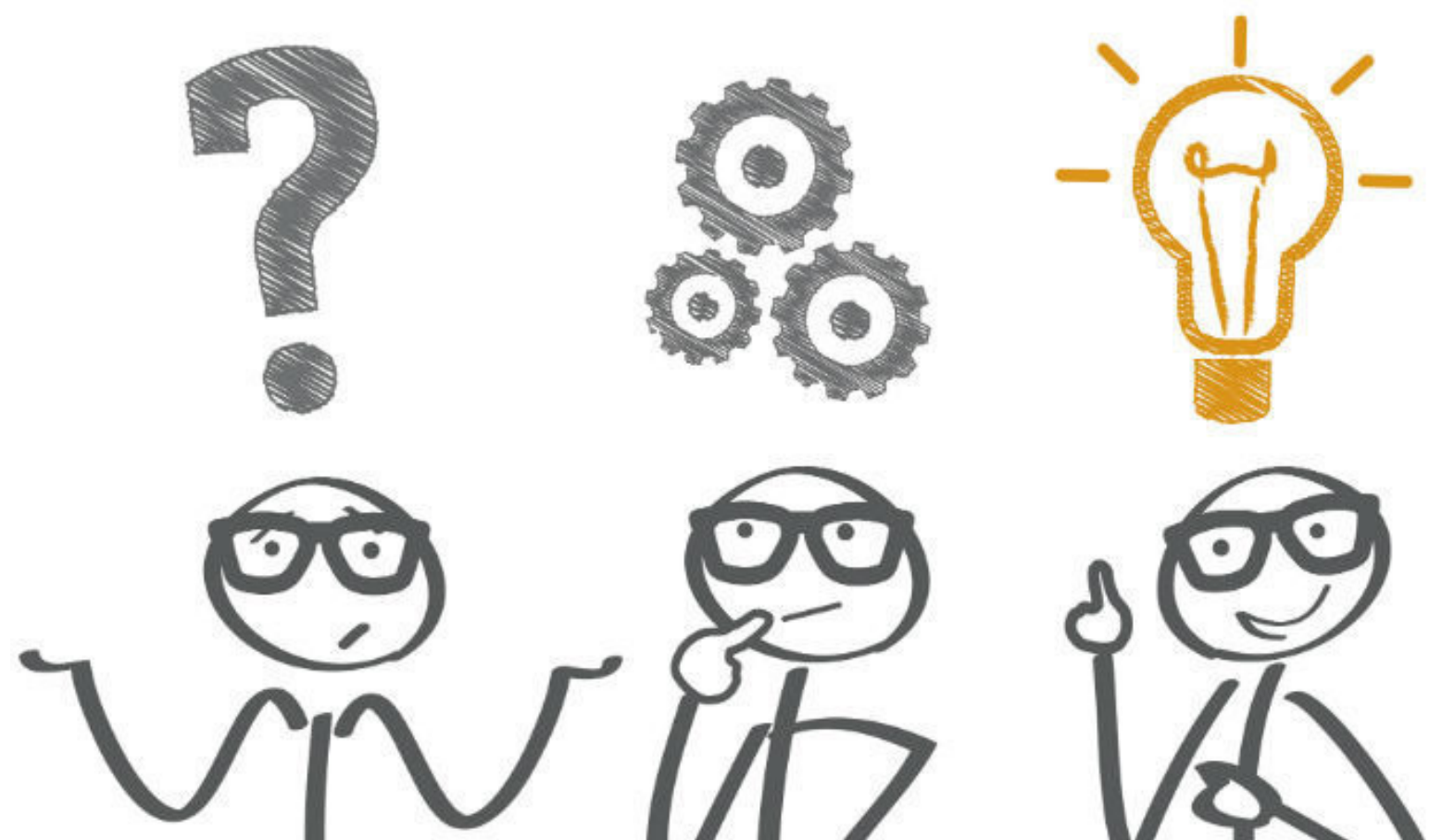
DESCRIPCION DETALLADA DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO

LAS CARACTERISTICAS DIFERENCIALES, VALOR AGREGADO

Tienen que ver con aquello que la persona que compra encuentra en tu producto que podría encontrar en ningun otro

TEN EN CUENTA!!

estando en los zapatos de quien compra, que encuentras en tu producto que no ofrece otro en el mercado

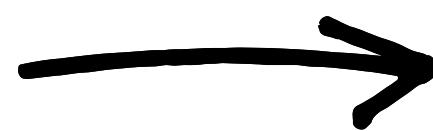


ASI SE IDENTIFICAN PARA LOS TURRONES

se venden los turrones con amabilidad y en la medida de lo posible, se le cuenta al comprador algun dato de interes de la region.puede que en si, el turrón de cafe no sea diferente a un arequipe de cafe o otro bocadillo de cafe, sin embargo, el servicio puede hacer la diferencia.

ESTRATEGIA DE MERCADO

Nuestra empresa debe haber identificado unas acciones orientadas al incremento de ventas, llamadas estrategicas de mercado. Estas acciones impactan el producto, los medios de venta, el lugar en el que se vende y/o el precio del producto



TEN EN CUENTA!!

Para definir las estrategias de mercado, existen estrategias de producto, canales de distribucion, plaza y/o precio

DESCRIPCION DETALLADA DEI PRODUCTO Y/O SERVICIO



Acciones que impactan las características del producto.

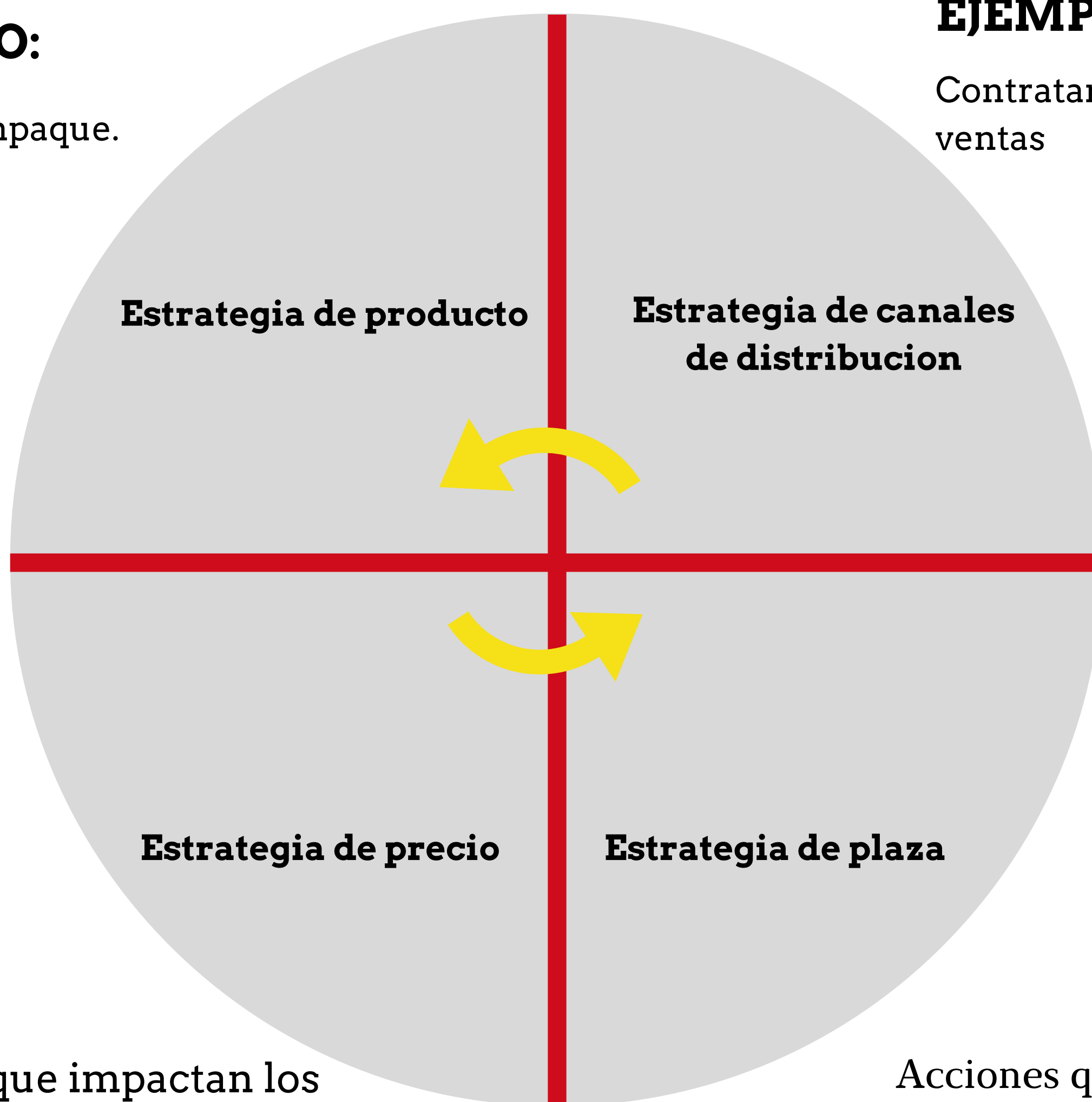
EJEMPLO:

Cambiar empaque.

Acciones que impactan los medios de venta.

EJEMPLO:

Contratar un agente de ventas



Acciones que impactan los precios del producto.

EJEMPLO:

Ofrecer un descuento

Acciones que impactan el lugar en el que se vende

EJEMPLO:

Cambiar la venta en tienda por la venta por catalogo.

DESCRIPCION DETALLADA DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO

EL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO

Es aquel grupo de personas que comparan tu producto

TEN EN CUENTA!!

Puedes tener mas de un mercado



MIRA COMO LO APLICA LA EMPRESA DE JUAN

Los turrones tienen dos mercados principalmente, los turistas y los locales, este producto es mas solicitado por los turistas que por los locales.



LA COMERCIALIZACION

Es el medio a traves del cual vamos a vender y las formas que utilizamos para vender el producto.

TEN EN CUENTA!!

De que forma entregas el producto a tus clientes

- Los turrones se venden en fiendas fisicas y en linea a distribuidores y a mayoristas
- A los clientes se les ofrece servicio postventa, promociones, descuentos y un excelente servicio.

LA COMPETENCIA Y LA FICHA TECNICA DEL PRODUCTO



LA COMPETENCIA

Las personas naturales o jurídicas que tienen productos y/o servicios similares al tuyo

TEN EN CUENTA!!

El producto de tu competencia puede ser mejor en precio, en servicio y/o en funcionalidad

MIRA COMO LO APLICA LA EMPRESA DE JUAN

La competencia de los turrone de cafe, son los arequipes de cafe quindio: al vender, dan una muestra gratis.



AHORA VEAMOS SU FICHA TECNICA

LA FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

CONTINUE INFORMANDO VALIOSA PARA PRODUCIR, TRANSPORTAR Y ALMACENAR EL PRODUCTO

CARACTERISTICAS

- diseño de envase o empaque
- En que otra presentacion viene
- tipo de proteccion
- Material de empaque
- protege de riesgos como
- capacidad(peso y unidades)
- Material de embalaje
- Unidad de embalaje

DESCRIPCION

- El turrón esta envuelto en papel seda y los 250 g, en bolsa plastica
- Bolsa de 500 g. 1000 g y 30000 g
- Cierre resellable
- papel seda y plastico
- Humedad, roturas y vencimiento temprano
- 20 cm alto x 12 cm ancho
- una bolsa de 250 g titene 18 turroenes (material carton)
- La caja contiene 20 bolsas de 250 g

ANÁLISIS DOFA



El **DOFA** son las letras que significan Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas.

TEN EN CUENTA!!

El DOFA es una evaluación que te ayudara a plasmar en un lienzo las cosas a favor y en contra que tiene tu emprendimiento.

Mira eun ejemplo, aplicando la matriz DOFA a la empresa de turrone de cafe con la que hemos venido trabajando.

Debilidades

La presentacion del producto esta pasada de moda

Fortalezas

El emprendimiento cuenta con una tradicion que le permite consolidarse

Oportunidades

Hay variedad de nuevos mercados en los cuales el producto tendria buena aceptacion fuera de la zona cafetera

Amenazas

La percepcion de seguridad en el pais es baja, lo que puede hacer que los turistas disminuyan; adicionalmente, la competencia de productos tipicos hecho a base de cafe, es alta.

EL ANALISIS DOFA

Una vez definido estas cuatro características, define principalmente cuatro tipos de estrategia:

TEN EN CUENTA!!

ESTRATEGIA FD

Debilidades y Fortalezas



¿Como puedo convertit mis Debilidades en Fortalezas.

ESTRATEGIA FA

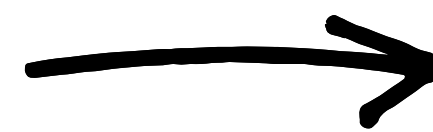
Fortalezas y Amenazas



¿Como puedo con mis Fortalezas disminuir el impacto de las Amenas?

ESTRATEGIA DO

Debilidades y Oportunidades



¿Como puedo hacer de mis Debilidades una Oportunidad?

ESTRATEGIA DA

Debilidades y Amenazas



¿En que forma mis Debilidades hacen que las Amenazas de mi entorno no me impacten tan negativamente como podrian hacerlo si mi Debilidad fuera Fortaleza?

MIREMOS UN EJEMPLO:

Definiendo las estrategias DOFA para la empresa de turrone de cafe con laque hemos venido trabajando:

Estrategia FD (Debilidades y Fortalezas)

La empresa puede diseñar una nueva presentacion para el producto con el proposito de exportar turrone de cafe.

Estrategia FA (Fortalezas y Amenazas)

La reputacion de la empresa puede atraer inversionistas con una vision complementaria del negocio, permitiendo una mejor adaptacion a los cambios del entorno, como lo son una disminucion de clientes y una sobre oferta del producto.

