



Nombre del alumno: Edwin Dilbert López
Hernandez

Nombre del profesor: José Alberto Pérez

Nombre del trabajo: proyecto de creación de
producto o servicio

Materia: Taller del emprendedor

Grado: 8vo cuatrimestre

Grupo: M

Palenque, Chiapas a 28 de mayo del 2021

Misión:

Ser la empresa líder en artículos de cuidado personal para caballeros, utilizando sólo los más selectos ingredientes naturales y siguiendo un rubro exigente de calidad para la obtención de un mejor resultado.

Visión:

Colocarnos como un producto alto en ventas y situarnos en las más grandes y conocidas tiendas de autoservicio, estéticas y tiendas de belleza del país, siendo así una marca reconocida en el medio comercial pero lo más importante, ser reconocidos por nuestros clientes y consumidores.

Objetivos

- Generales

Posicionar el producto en la mente de los consumidores, con una imagen de buena calidad a un buen precio. Un producto que cuide el bienestar y la salud del cabello de los hombres, y que brinde tranquilidad a los consumidores al brindarles lo mejor en shampoo para hombres.

- Específicos

- Posicionar el shampoo en la mente del consumidor como un producto de buena calidad.
- Crear una imagen atractiva para la presentación del producto
- Obtener una participación significativa en el mercado cada año
- Lograr por medio de la publicidad que los consumidores mantengan un grado de lealtad hacia el producto.

Estudio de mercado

Se realizaron las siguientes preguntas a un grupo de personas:

- ¿Qué atributos busca en un shampoo?
- ¿Qué shampoo usa actualmente?
- ¿en qué medio de comunicación ve con más frecuencia la publicidad de shampoo?
- ¿consideran el precio un factor importante al elegir su shampoo?
- ¿Dónde acostumbra comprar el shampoo que usa comúnmente?

Uso de las 4p's

- Distribución y punto de ventas

La logística consiste en que proveedores lleven el producto a las bodegas o comercios por venta de mayoreo.

- Promoción del producto

el método de promoción abarca la creación de una página de Facebook, entrega de folletos en donde vengan las características más importantes de shampoo y para lograr mejores resultados se entregarán muestras del shampoo.

- Publicidad

Para el área de promoción se mandarán a hacer lonas en las que se plasmaran las mejores características del shampoo, estas lonas informativas se pondrán en lugares estratégicos como son las tiendas de mayoreo y menudeo, bodegas y otros lugares en donde la abundancia de personas sea mayor.

- Promoción de venta

Como el shampoo es un producto nuevo, es necesario que las personas conozcan el producto y así ellos puedan conocer los beneficios que ofrecen el shampoo; por ello la estrategia es seguir la promoción de shampoo por medio de lonas informativas, entrega de folletos y pequeñas pruebas del producto y anuncios en las redes sociales más visitadas

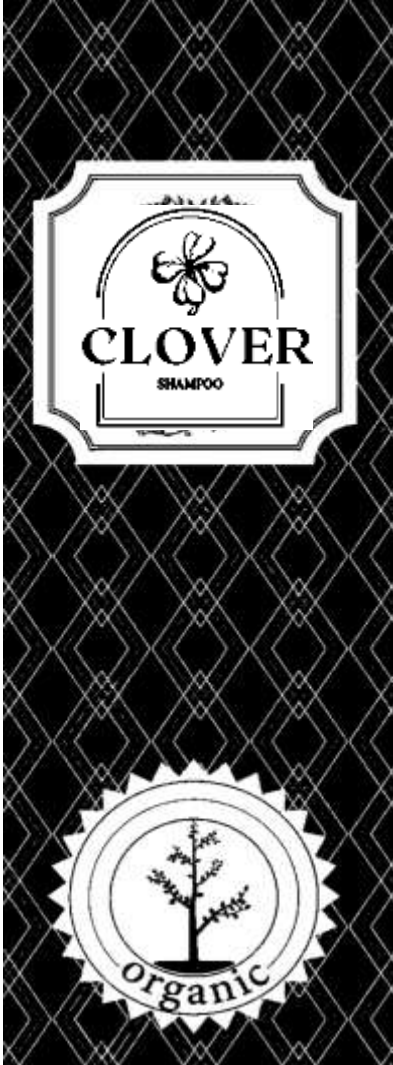
Marcas

La marca de shampoo clover es sin duda un producto que ayuda a las personas a tener una hermosa cabellera y demostrarle al mundo lo que son y lo que pueden llegar a sentir, es por ello que se hace necesario dar conocer el nuevo shampoo clover.



Etiquetas

Este punto ayudara como medio publicitario con el fin de impresionar al consumidor. Esta fue diseñada de una manera sencilla y con un color específico para poder hacer que el consumidor recuerde nuestra marca y nuestro producto.



Empaque

El envase es sencillo, pero protege al producto, ya que lo mantiene seguro, este es de una forma cilíndrica y está hecho a base de plástico biodegradable con cierre hermético para prevenir cualquier daño al contenido. El color negro del envase agrega carácter y significado, esto hará que el cliente se haga ideas de lujo, prestigio y exclusividad.



Fijación y políticas de precio

Lo ideal para que la marca “clover” se posicione como la marca de shampoo líder, es necesario establecer un precio promedio, considerando las marcas existentes en el mercado actual, ya que el shampoo “clover” compiten con los demás shampoo tanto en calidad y superarlo en el precio.

El costo establecido será de 25 pesos por envase individual en la presentación de 900 ml cada uno.