



Alumno: Aracely Matías Díaz

Profesor: Ing. Darely Eunice Santizo Gutiérrez

Actividad: Plan de medios publicitarios

Materia: Relaciones Públicas

Grado: 7° Cuatrimestre

Grupo: "A"

Delicias Restaurante y Buffet Plan de Medios Publicitarios

Diciembre 2021



Índice

1. Definir Objetivos.

- 1.1. Objetivos
 - a) Específicos
 - b) Medibles
 - c) Alcanzables
 - d) Relevantes
 - e) Tiempo

2. Análisis del Target

- a) El mercado
- b) Características del Buyer (persona)
- c) La competencia
- d) Análisis D.A.F.O.

3. Estrategia de Marketing

- a) Líneas estratégicas.
 - . Valor diferencial.
 - . La idea en la mente del consumidor.
 - . Los Beneficios para el cliente.
- b) Branding.
- c) Estrategia de producto.
- d) Estrategia de clientes.
- e) Estrategia de lanzamiento.
- F) Marketing Mix.
 - . Producto y servicio.
 - . Precios, descuentos y condiciones.
 - . Distribución.
 - . Promoción.

4. Medios de Publicidad y Canales

- a) Mix de medios

5. Asignar un Presupuesto

6. Timing (Diseña un calendario)

PLAN de MARKETING 2022-2023

1. Objetivos

a) Nuestro **objetivo**, darnos a conocer brindando un servicio rápido en este lugar donde la mayoría de las personas andamos a prisas.

* Crear una **imagen** de nuestra **marca** basándonos en el buen servicio, higiene, amabilidad, calidad de nuestros productos y precio.

* Pretendemos **fidelizar** a nuestros clientes dando promociones en fechas importantes como 10 de mayo etc.

b) Pretendemos en el primer mes recuperar las inversiones.

c) Empezar a generar ganancias el mes siguiente agregando más variedad en el menú.

d) Al agregar platillos nuevos, aumentaremos nuestra clientela nos daremos a conocer más y tendremos mayor venta.

e) Iniciamos el **1 de enero de 2022**

2. Análisis del Target

- a) **Mercado:** nuestra empresa empezara a funcionar dentro de un mes por lo tanto no tenemos reconocimiento en la ciudad, pero contamos con un local localizable, seguro, amplio, agradable para atender de la mejor manera a nuestros futuros clientes, siendo único restaurant buffet en esta localidad.
- b) Nuestro **Target** son aquellas personas quienes laboran en oficina, trabajadores de medios de transporte, personas que tienen el tiempo limitado para almorzar y transeúntes que poco a poco nos irán conociendo, además de personas que visiten la ciudad degustaran nuestra comida.
- c) **Competencia.** Shanghái restaurante: trabaja con comida china, mariscos y comida mexicana a la carta, cuenta con 2 sucursales Restaurant Tito: trabaja con comida mexicana a la carta cuenta con una sucursal. Restaurant Tenchis maneja comida mexicana y mariscos. La fogata cuenta con comida mexicana a la carta con poca variedad.

d) DAFO

Debilidad	Amenaza
El personal aún no cuenta con el entrenamiento, lo cual podría generar una mala atención al cliente.	Aumento de costes de la materia prima por las fechas decembrinas, lo que recaerá en el precio final de nuestros platillos y posible pérdida de clientes.
Fortaleza	Oportunidad
Incluiremos paquetes infantiles, paquetes para fechas importantes o eventos especiales lo que hará que nuestros clientes se sientan atraídos.	Entrega de servicio a domicilio por un costo extra no muy significativo, nos permitirá brindar un servicio extra.

3. Estrategias de Marketing

a) Contaremos con entretenimiento como música, pantallas y un espacio de juegos infantiles, lo cual ara disfrutar a los clientes en familia.

b) Branding

Nuestra marca representa lo que somos, el propósito de nuestra empresa y lo que queremos ofrecer.



c) Estrategia de producto.

Se usara un calendario de un platillo extra de la semana para el buffet.

Lunes	Miércoles	Viernes	Sábado
Filete de pescado al vapor	Canapés con camarones	Tamal de dulce	Asado de puerco
			

d) Estrategia de clientes.

- a) Atención al cliente: sonreír al cliente no solo en la bienvenida sino también en su permanencia en el restaurant.
- b) Contratar personal con vocación, actitud y ganas de ofrecer agradable experiencia.
- c) Personal formado y con las herramientas necesarias para dar un trato adecuado, deberá conocer los platillos y las bebidas que ofrecemos.

e) Estrategia de lanzamiento.

- a)** Abrimos una cuenta en las redes sociales donde publicaremos fotografías, videos de nuestros platillos y futuras promociones.
- b)** Contamos con un sitio web que es atractivo y practico de manejar.
- c)** Nos anunciaremos en radio, perifoneo y volantes.
- d)** Estamos optimizados para atender en el dispositivo móvil mediante la plataforma de WhatsApp.
- e)** Incluiremos descuentos y cupones de regalo.
- f)** Servicios de entrega a domicilio.

F) Marketing mix

(Producto)
Chilaquiles
rojos o
verdes



Precio

\$40 pesos

(Distribución)
Restaurante
Y
Servicio a
domicilio

(Promoción)
Vía
Facebook

4. Medios de Publicidad y canales

La publicidad que usaremos será informativa para atraer clientela. Ya que seremos una empresa nueva y única en la ciudad por lo tanto buscamos la confianza y preferencia de del consumidor.

Mix de medios

Radio, prensa.

- Imagen, sonido, color
- Adecuación del medio
- Presupuesto
- Alcance
- Selectividad
- Utilización-competencia
- Estacionalidad

RADIO

Elegimos anunciarnos en radio porque es un medio que tiene audiencia a cualquier hora, y llega a lugares donde no hay señal Telefónica. Tienen un alto nivel de audiencia de todas las edades.

1 Radio Suprema 105.7 FM

2 Radio hits 95.9 FM

Periódico

Son medio de prensa reconocidos que siempre están presentes en la ciudad y mucha gente compra el periódico, por lo tanto creemos que es una buena forma de anunciarnos a través de ellos.

1 El Universal

2 Diario Comitán

Inversiones adicionales

Volantes: son medios publicitarios interesantes ya que contendrán imágenes y textos impresos que causaran impacto visual en los consumidores y recordación de nuestra marca.

Redes sociales: en los últimos años la publicidad por estos medios ha sido masivo, ya que es muy práctico de usar por lo cual pensamos que será muy provechoso.

5. Presupuesto

Periódico y radio

Pretendemos anunciarnos por lo menos el primer mes para darnos a conocer ante la gente.

Diario	Costo mensual
El universal	\$ 5,130.00
Diario Comitán	\$ 5,600.00

Radio emisora	Costo mensual
Suprema 105.7	\$ 3,050.00
Hits 95.9	\$ 3,320.00

Volantes (unidades)	Costo
500	\$ 2,500.00

Total invertido en publicidad: **\$ 19,600.00**

6. Timing

El tiempo es una variable importante en los restaurantes. Ya que marca el ritmo de las labores y está presente en todo lo que hacemos y elaboramos.

Se trata del tiempo de atención que estimamos a un cliente desde que entra y sale del restaurante.

Abriremos de 8 am a 5 pm, para esto hemos establecido una tabla, que claramente variara en la práctica en cada servicio.

Momento del servicio	tiempo
Bienvenida y ubicación	2 minutos
Entrega de comida, bebidas	El cliente se sirve solo(8 minutos)
Consumo del servicio	20 minutos
Entrega de la cuenta	2 minutos
Pago de la cuenta	3 minutos
Despedida, desmontaje y montaje para nuevo servicio	5 minutos
Tiempo total del ciclo del servicio	40 minutos

Esto nos servirá para saber:

- ✓ Cuantas personas podemos atender por servicio (capacidad productiva del restaurante).
- ✓ Mejorar el rendimiento de los servicios.
- ✓ Gestionar mejor la rotación de las mesas, en caso que querer multiplicar los beneficios.