



**Nombre del alumno: Ángel Gabriel
Gómez Guillen**

**Nombre del profesor: Guillermo
Montesinos Moguel**

**Licenciatura: Medicina Veterinaria
y Zootécnica**

PASIÓN POR EDUCAR

Materia: acción promocional

Cuatrimestre: 6to

**Nombre del trabajo: ESTRATEGIA DE
MARKETING PARA UN PRODUCTO O
SERVICIO VETERINARIO**

Ocosingo, Chipas a 28 de julio del 2023

PLAN DE NEGOCIOS



Veterinaria A.G.G.G

Plan de negocios:
Periodo: 2023-2024

Escrito por:
Angel Gabriel Gomez Guillen
angelgabriel.gomezgg@icloud.com

Misión y antecedentes

Esta veterinaria nace de la necesidad de poder atender mejor a mis propias mascotas ya que en ciertas ocasiones requerimos de este servicio pero por ser en horario fuera de servicio no lo pudieron atender, en otra ocasión se requirieron de intervención compleja pero por no contar con los servicios adecuados o material y equipo tampoco se logró atender, por ello se ha creado este nuevo concepto de una clínica veterinaria con servicios ampliados con especialidades y urgencias.

Misión

Somos una unidad médica veterinaria con personal capacitado para la atención integral de mascotas con el fin de restablecer, mejorar y preservar su salud así como prevenir y evitar enfermedades que puedan adquirir, a través de una atención de calidad, humanismo, compromiso y honradez de los servicios con los recursos adecuados para garantizar el bienestar animal y satisfacción humana implementando nuevas tecnologías de vanguardia e innovando en los servicios .

Visión

Ser un centro de atención medico veterinaria que trascienda en Ocosingo Chiapas y sus comunidades aledañas por la calidad en los servicios vanguardistas que proporciona; logrados a través de la disciplina, el trabajo y el esfuerzo para ejercer el liderazgo en la asistencia medica en el municipio a través de la docencia e investigación que, apoyado por equipos tecnológicos de punta y de primera generación permita lograr la satisfacción y el buen desarrollo de las mascotas o crianzas de los usuarios.

Antecedentes o historia de la empresa

Emplea este espacio para compartir los aspectos históricos más relevantes de tu negocio.

Factor humano

Equipo

Veterinarios especialistas

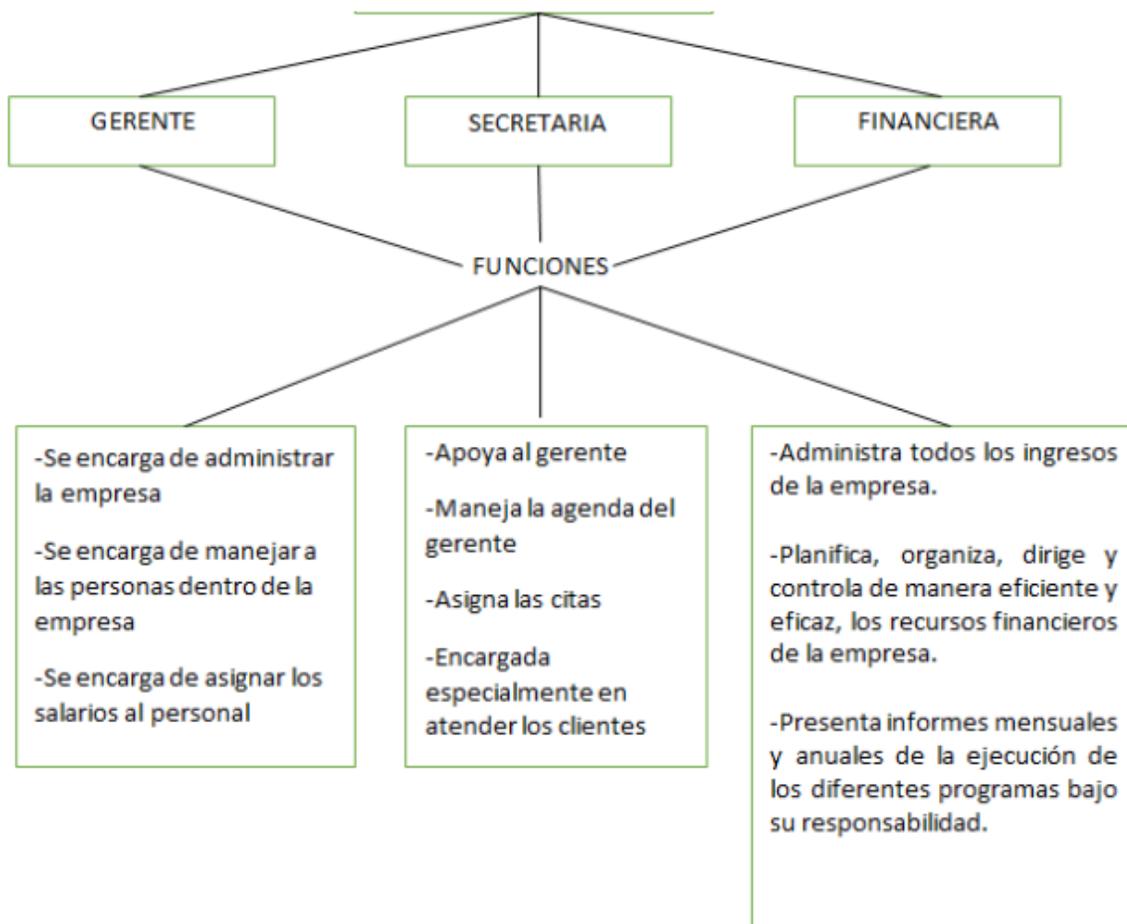
Asistentes de sanidad animal: (Labotradorista y tecnicos).

Veterinarios privados
Personal auxiliar
Personal administrativo

Líderes de ventas

Medicos Especialistas: Mayormente la población de Ocosingo es ganadera por lo tanto en una Unidad Médica veterinaria es más atractiva si se cuenta con personal para cubrir la demanda de la población, siendo así las visitas a las instalaciones o visitas domiciliarias por parte del médico veterinario de la indole correspondiente.

Organigrama del equipo de ventas



Descripción:

Gerente: En este caso este será el encargado, Médico veterinario contando posterior con especialidad Angel Gabriel Gomez Guillen presentando estrategias

Secretario/a: Medico veterinario

Financiera: Personal administrativo

Nuevas contrataciones

Al abrir la empresa se requiere de personal capacitado contando con conocimientos científicos, técnico y administrativos para cada área con la que se pretende trabajar y posterior a ello con la creciente demanda de los servicios a la que se pretende llegar se tendrá que contratar más personal de acuerdo al area que mas se solicite por la población.

Objetivos de marketing

Mercado objetivo

Una veterinaria con este enfoque causaría un gran impacto en la sociedad ocosingense, ya que muchas veterinarias ya establecidas cuentan con servicios básicos de atención, pero nosotros queremos llegar con innovación que sea del agrado de la misma población, es decir ir brindando atención a las personas ganaderas y mostrarles esa confianza y el interés que se merecen para lograr obtener un beneficio mutuo, ya que lo que ellos pretenden es tener al mejor ganado de la región o en su caso la mejor leche de vacas.

También no dejando de lado los servicios requeridos para atención a aves de corral, caninos..etc.

Targeting de ubicaciones

La ubicación será a un costado del parque central Av. Central Ote. Sur, Centro, 29950 Ocosingo, Chis.



Buyer personas: (Usuarios que tienen mascotas).

	<p>Obtiene información a través de</p> <ul style="list-style-type: none"> • Artículos en internet
<p>Nombre Susana</p>	<p>metas u objetivos para su mascota</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener la mejor inversión • Ahorrar dinero en el cuidado de sus mascotas • lograr una buena atención para su mascota
<p>Edad Entre 25 y 34 años</p> <p>Nivel de educación más alto Licenciatura</p>	<p>Motivaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quiere tener seguridad financiera • Quiere tener una buena pensión
<p>Redes sociales</p> 	



Omisiones

En muchas clínicas veterinarias cuentan con productos químicos dañinos (a la larga) para los animales, en todo caso...se usarán productos que sean orgánicos para así también asegurar una vida óptima de los mismos.

Tecnologías de la información

Herramientas, software y recursos

Ninguna otra Unidad Medica Veterinaria en esta región cuenta con una app que tome el registro de la mascota para interactuar o notificar si algo anda mal, se pretende lograr esto por medio de un procesador de información conectado a Software que viene derivado de las pulsaciones del corazón que el animal o mascota tendrá en forma de un collar o brazaletes colocados en las patas que sea también de materiales que no sean incómodos para ser portados día y noche.

Esto se reportará en un control de mando que notificara directamente al personal administrativo de la clinica por alguna eventualidad.

El tipo de software para esto es el: Wear Os

Recursos digitales y herramientas

Cada miembro de la clinica se pretende que esté en constante actualización para ir mejorando los conocimientos, seguir capacitando mediante MasterClass o cursos inductivos de nuevas tecnicas de intervencion.

Posicionamiento

Posicionamiento del mercado

Número 1 en el mercado, ya que es una unidad con tecnología avanzada y de primera línea para cubrir la mayor demanda posible, se contará con personal capacitado brindando el servicio con empatía, claridad y honradez con instalaciones a primera vista de calidad.

Condiciones del mercado

Las personas cuentan con una gran variedad de mascotas en la región, tales como monos, tucanes, canes, bovinos etc, por ello es importante conocer las diferentes tecnicas de atención y y cuidado para cada uno de ellos.

Proposición de valor

Contamos con años de preparación con los mejores métodos de aprendizaje y también poseemos técnicas complejas bien dominadas para la atención optima a los clientes, contamos con personal altamente capacitado y las mejores instalaciones para una comodidad inigualable.

Ventajas competitivas

Tecnología de vanguardia.

Instalaciones apropiadas.

Capacitaciones exuberantes por parte del personal.

Calidad en atención.

Estrategia de precios

En la apertura se pretende hacer promociones en atención brindando un 25% de descuento en la primera cita.

Se brindarán puntos acumulables para 1 atención gratis cada mes.

Los días miércoles aplican descuentos de hasta 30% a nuestros socios al comprar una membresía que se renueva cada 4 meses.

Análisis de la competencia

Nombre del competidor	Fortalezas comparativas	Debilidades comparativas	Contrapuntos
Veterinaria el potrillo	<ul style="list-style-type: none">● Capacitación del personal● Educación para la salud● Atención integral●	<ul style="list-style-type: none">● Equipo de publicidad propia.	<ul style="list-style-type: none">● Tecnología● Innovación● Citas agendadas● localización● Servicio 24hrs
Clinica veterinaria San Sebastian	<ul style="list-style-type: none">● Personal completo● Buenas referencias	<ul style="list-style-type: none">● Buena recomendación (por apertura de nuestra empresa)	<ul style="list-style-type: none">● Atención especializada● Atención optima● Descuentos● Ubicación● servicio 24hr
Veterinaria Los angeles	<ul style="list-style-type: none">● Higiene● Organización● Humanismo● Calidad en atención	<ul style="list-style-type: none">● Proveedores	<ul style="list-style-type: none">● Servicio 24hrs● Instalaciones● Tecnología● Innovación.● Proveedores de calidad

Estrategia de marketing

Estrategia de marketing

- Para el marketing de la veterinaria es importante: La web de la clínica veterinaria, que esta es la mejor carta de presentación ante clientes potenciales.
contar con un sitio web atractivo y moderno puede suponer un factor determinante a la hora de atraer nuevos clientes a tu clínica, al servir este de escaparate y carta de presentación, reflejando profesionalidad y la calidad de tus servicios. También resulta fundamental que el sitio web de tu clínica veterinaria sea responsive, es decir, que se vea de forma correcta en cualquier dispositivo móvil o tableta
- El posicionamiento en buscadores (SEO), visibilidad para tu centro veterinario. El posicionamiento en motores búsqueda hace referencia al conjunto de técnicas aplicadas a un sitio web que tienen como objetivo que esta aparezca lo más arriba posible en las páginas de resultados de Google, Bing y Yahoo,
- Redes sociales
- Diseño grafico: Crear una imagen única corporativa que nos distinga

Email marketing

Este espacio será manejado especialmente por el personal administrativo y se encargará de de difundir correos electrónicos a los usuarios que se registren como socios.

Publicación en blogs y marketing de contenidos

Publicación de gifs referentes a problemas que se dan al día a día con las mascotas/crianzas.

Marketing en video

Principalmente hacer reels de que expliquen brevemente algunas circunstancias de la vida cotidiana que pudieran ser un problema, puede ser por:

Youtube Shorts

Tiktok

Facebook Marketplace

Facebook reels

Marketing de eventos

Podrás ser evento de vacunación o esterilización gratuita realizados en campañas portando siempre el nombre visible de la clínica veterinaria

Marketing de clientes

- En la sala de espera para la atención tener botellas de agua "gratis"
- tener algunas pantallas con pequeños comerciales de nuestra clinica
- Otorgar comprobantes de asistencia con nombre del cliente que sean acumulativos para participar por alguna intervención estética de la mascota

Marketing de correo directo

Atención directa o indirecta controlados por un software que envíe correos que se irán creando según las necesidades marcadas.

Marketing en redes sociales

Crear sms en páginas web que reedireccionen a nuestra página oficial en facebook, twitter, tiktok, cuenta de empresa en whatsapp etc, para tener un contacto directo con uno de nuestros veterinarios directivos.

Estrategia de captación de prospectos

Estrategia de captación de prospectos

poner rotulos o pancartas, tambien generando pdfs que sean enviados automáticamente al registrarse en nuestra cuenta oficial, siempre y cuando ese permiso sea otorgado por el cliente.

Criterios para el contacto

según los intereses de cada usuario de acuerdo a la búsqueda en nuestra página web, o en páginas de redes sociales, mismos que serán procesados y tomados en cuenta por nuestro software.

Estrategia de captación de prospectos inbound



Debido al procesador del software los sms serán enviados siempre y cuando el cliente acceda a recibirlos.

Crear anuncios en diferentes páginas web que el cliente busque, las mismas publicaciones serán de acuerdo a la necesidad del individuo. Lo antes mencionado será recogido del historial de búsqueda en la página web y de esto se generará por default la publicidad que se requiera creando atracción.

Estrategia de captación de prospectos outbound



Generar pláticas de promoción y prevención de cada patología o necesidad al cliente en su primer visita, así también creando grupos de acuerdo a las necesidades vistas en la mascota/crianza al acudir al centro médico veterinario, estos mismos serán agrupados en distintas redes sociales los cuales tendrán una comunicación directa con el médico que las atiende.

Planes de acción

Planes de acción

Táctica n.º 1:

Generar una buena impresión en la primera visita de los clientes, con amabilidad, respeto y honestidad por parte del personal médico y auxiliares .

Táctica n.º 2

Crear una instalación que genere confortabilidad al cliente y que se sienta cómodo de que su mascota tendrá la mejor atención, ambientando el lugar con colores que no generen estrés y cuadros grandes de diferentes animales

Táctica n.º 3:

Crear un vínculo de amistad con cada uno de los clientes hablando con toda seguridad sobre la intervención a realizar.

Metas

Metas

Llegar a ser la clínica más reconocida de el municipio de Ocosingo Chiapas en base a esfuerzo, buena atención, de calidad, integral y con los procedimientos mas efectivos de cualquier circunstancia

Objetivos de ingresos

El objetivo es generar para que tanto los integrantes del equipo de trabajo (recurso humano) como los clientes queden satisfechos con cada intervención tomando en cuenta con la tecnología e innovación

Objetivo de negocios

Lo que se requiera lograr por mes derivado del esfuerzo de cada integrante del equipo de la clínica médica veterinaria

Objetivo de unidades vendidas

300-400 consultas más

Objetivo de otra(s) métrica(s) de ventas clave

promocionar productos de primera necesidad para cada individuo de acuerdo a la cantidad, clase y numero de mascotas que se tenga.

Presupuesto

Salario del recurso humano: Proporcional a lo que ingrese de acuerdo al número de atención. Esto por ser clínica privada.

Bonos: Por cada intervención mayor.

Software: 50mil pesos anuales.

Mantenimiento equipo medico: 167 mil pesos anuales