



UNIVERSIDAD DEL SURESTE



ALUMNO: JAIRO ALFONSO BULNES ARGUETA

MAESTRO: RAUL RAMIREZ GUTIERREZ

MATERIA: RELACIONES PUBLICAS

CUATRIMESTRE: 7MO CUATRIMESTRE

CORREO: alfobul05@gmail.com



Restaurante con concepto innovador y elegante.

Misión

Somos profesionales comprometidos en brindar calidad y servicio, satisfaciendo el gusto y la preferencia de nuestros clientes. Mejorando constantemente nuestros procesos con innovación y creatividad.

Visión

Llevar el excelente sabor de nuestros platillos y bebidas, al igual que nuestro esmerado servicio por toda la región, en un ambiente amigable, donde satisfacer al cliente es nuestra máxima prioridad. Manteniendo la esencia del Restaurante y Cafetería como un lugar emblemático a la vista de nuestros visitantes.

Valores

Actitud positiva

Responsabilidad

Trasparencia

Persistencia

Deseo de superación

Amabilidad

Mentalidad abierta

Entusiasmo

La identidad corporativa es parte del proceso, la suma de características, valores y creencias con las que la empresa se identifica y que ha transmitido a través de una imagen de marca definida

La filosofía y cultura de la marca se deriva a raíz de las diferentes culturas y de la zona geográfica en la que el municipio se encuentra. Extraída directamente de la Arquitectura Prehispánica Zona Arqueológica Tonina, ubicada en el municipio.

La estrategia de posicionamiento de la marca es mostrar gastronomía y cultura a través de su estructura comercial. Con un marketing estratégico que ayuda a determinar cuál es la posición de la empresa en el mercado y cómo debe seguir posicionándose para atraer más cliente.

El estudio de mercado se enfoca en la obtención y conformación de los perfiles de público objetivo, analiza datos acerca de clientes y competencia del mercado, define de manera clara sus objetivos.

En su estudio de mercado tiene en cuenta aspectos generales que han influido en el éxito del negocio tales como:

1. Ubicación geográfica
2. Contexto económico
3. Características del local
4. Competencia
5. Clientes
6. Tendencias del mercado
7. Necesidades o carencias del mercado

Junto a estos temas hay toda una serie de aspectos que analizan e investigan como son los siguientes:

- Coyuntura económica.
- Evolución del consumo.
- Turismo.

- Aspectos legislativos.
- Salud y medio ambiente.
- Situación del empleo.
- Innovación.
- Análisis del mercado local.
- Fuentes de información para el estudio del mercado.
- Claves para acertar en la ubicación.
- Investigar acerca de los potenciales clientes.
- Cómo realizar una encuesta.
- Vigilar a los competidores.
- Cómo elegir a los proveedores.

Relaciones publicas

Permite a la empresa u organización proyectar una imagen sólida y positiva que le permita crear relaciones de beneficio, alianzas comerciales o atraer la atención de medios de comunicación con la finalidad de obtener relaciones internas y externas que ayuden a alcanzar sus objetivos.

. El **Objetivo del plan** de relaciones públicas de la empresa es mejorar la percepción de los clientes, generando confianza y fidelización; además de prevenir o disminuir el impacto de malos comentarios o malentendidos. La finalidad de esta estrategia en esta empresa es Informar y comunicar con claridad la identidad de la empresa, dando a conocer sus valores, logros y acciones positivas que la consoliden en su ramo, ofreciendo una calidad de servicio.

El público objetivo ya se ha definido en esta organización, ha sido el grupo de personas que se han enfocado en el local (familias, parejas, turistas, profesionales, veganos,) siendo ellos un conjunto de individuos o grupos de personas que tienen características, necesidades y deseos similares.

Al haber reconocido su público ha sido esencial para dirigir su Estrategia de Marketing y diseñar su oferta de manera efectiva.

El plan de relaciones públicas ayuda a afrontar una crisis

Para lograr que el plan de relaciones públicas tenga resultados eficaces que favorezcan el logro de los objetivos hay que tomar cuenta los siguientes puntos:

- Establece objetivos
- Conoce a tu público
- Diseña el contenido
- Evalúa los resultados
- Brinda un beneficio

Medios de comunicación

Se necesitan medios para enviar sus mensajes y para conectar con los actores necesarios en la conformación de su imagen y reputación. Estos pueden ser propios, pagados o ganados, y su objetivo será el mismo: construir una reputación de marca positiva. A pesar de ello, cada medio usa diferentes tácticas para lograr esta reputación y objetivos.