



# UDSA

## Mi Universidad

*Nombre del Alumno: Fernanda Gabrielle Montes de Oca Guzmán*

*Nombre del tema: Elaboración de plan de RP de un negocio en marcha*

*Parcial: I*

*Nombre de la Materia: Relaciones públicas*

*Nombre del profesor: Raúl Ramírez*

*Nombre de la Licenciatura: Diseño Gráfico*

*Cuatrimestre: 7mo Cuatrimestre*

## 1.- Selección y definición del negocio “Kaleri store”

Kaleri store es un negocio independiente que se dedica a la venta de productos asiáticos (principalmente de Corea del Sur) y lleva emprendiendo desde el pasado año 2022 y hasta ahora ha estado activa a vender sus productos que ofrece a sus clientes, sus productos se enfocan en mercancía del género musical k-pop, desde productos originales hasta fanmade (hecho por fans) y ofrece también otro tipo de mercancías como accesorios, comida, papelería, entre otros. Abriendo la posibilidad al consumidor de conseguir algún artículo de su mayor interés y no cerrarse a un solo enfoque.

La selección de este negocio se debe a que actualmente el mercado más popular en cuanto al factor del consumo de productos de artistas musicales, ya que tiene un impacto significativo dentro de la cultura actual y en como ha influido al público, por lo que muchos negocios o marcas se han concentrado en la compra y venta de este tipo de artículos para poder atraer a su público objetivo.

## 2.- la visión, misión, valores, logo y marca de “Kaleri store”

Logotipo de la marca:



Visión de kaleri store: Su misión es satisfacer a sus clientes de que puedan conseguir de manera fácil y accesible sus artículos desde el lugar en donde se encuentran, enviando sus pedidos hasta sus casas y dándoles la posibilidad de que queden satisfechos con su compra.

*Misión de Kaleri store: La visión que tiene este negocio es llevar hasta el estado de Chiapas productos que provienen de Corea del Sur y darle la posibilidad a los/as consumidores/as de obtener sus artículos favoritos de algún grupo musical o adquirir algún accesorio de su preferencia.*

*Valores de la marca:*

*Dentro de los valores que destaca a este negocio, son esenciales para la expansión de su negocio y en el que gane mas gente, dentro de estos han estado presentes y con las que se han dado a conocerse, por el momento los valores que tiene dicho negocio, son los más importantes y los valores que destacan de la marca son:*

*Adaptabilidad: Capaces de actualizarse o estar al pendiente de las nuevas tendencias*

*Priorizar la comodidad del comprador: Optimizan la comodidad del comprador*

*Diversidad: Se expanden a nuevos horizontes.*

*Abierto a sugerencias: Siempre dispuesto a escuchar a sus compradores*

*Una buena relación de vendedor-cliente: Priorizan la buena comunicación entre la gente y la confianza de ofrecer un servicio a todo dar.*

### *3.- La identidad, filosofía y cultura de la marca y estrategia de posicionamiento de la marca.*

*La filosofía que ha tenido por el momento de kaleri's store es "Llevar hasta tu casa tus productos favoritos de tus grupos de k-pop de manera rápida y fácil"*

*La identidad que ha optado la marca es que siempre se ha mostrado con un aspecto amigable de parte de las emprendedoras y visualmente atractivo en sus productos, sin llegar a entorpecer su imagen y la paleta de colores que utilizan predominan los colores pastel acompañado con fotografías de los artículos en venta y la descripción y precio de este. Esto en caso de que algunas personas tengan dudas sobre el costo y los detalles de los artículos, y, en algunos casos, el contenido que tiene los kits que hacen promoción el negocio.*

*A pesar de que este negocio sea relativamente nuevo, la cultura de la marca ha tenido una buena imagen ante el público y sus propios consumidores, teniendo una*

buena comunicación con la clientela y el ser atentos ante las dudas y peticiones de la gente, adaptándose a la demanda de los artículos de acuerdo a la popularidad que obtuvo a lo largo de su existencia y venta de este. Ha ganado una buena reputación gracias a las recomendaciones de la gente que ha conocido este negocio al punto de que ha sido participe de exposiciones y bazares de venta, para así aprovechar este tipo de oportunidades para tener más ganancias de las que tiene por su sistema de envíos a domicilio; por lo que es una estrategia bastante efectiva y teniendo mas experiencia de como llegar a darse a conocer con la gente como marca para que en un futuro sean una de las tiendas mas populares dentro del estado de Chiapas hasta ser conocidos de manera nacional. Por lo que se consideraría como una visión a largo plazo con la finalidad de expandirse como negocio y ser llegados por medio de las recomendaciones de la gente o por los medios de comunicación que tienen a su alcance con tal de que prosperen como marca ganando la confianza y el respeto de las personas.

#### 4.- El estudio de mercado de Kaleri's store

Segmentación del mercado: Este negocio se reconoce por ser una de las tiendas más conocidas en el municipio de Comitán de Domínguez, Chiapas, buscando el traer artículos provenientes de corea del sur y mercancía de los grupos favoritos de las fans del k-pop a un precio barato y fácil de comprar, en el que su método de envíos de sus productos es mediante a domicilio, por lo que es uno de los pocos negocios encontrados dentro del pueblo.

#### 5.- Plan de relaciones públicas basado en los siguientes aspectos:

Objetivo del plan:

- Incrementar los seguidores de su cuenta oficial de Instagram
- Contactar a gente conocida (específicamente gente que consume música k-pop) para realizar colaboraciones de los productos
- Realizar un bazar enfocado en productos de índole asiática
- Colaborar con emprendimientos independientes nacionales que venden mercancía de este tipo.
- Participar en convenciones estatales centrados en la temática de k-pop

### **Público objetivo:**

*Venta de mercancía de grupos de k-pop (álbumes discográficos y photocards)*

*Sexo: Mujeres*

*Rango de edad: entre los 15 años hasta los 27 años*

*Nivel educativo: Secundaria, Preparatoria y Universidad*

*Nivel de ingreso: ingresos familiares entre los 1,200 y los 3,000 pesos mensuales, perfil estudiantil*

*Plaza: En el municipio de Las Margaritas rondan de los 141,027 habitantes*

*Nivel familiar: la mayoría del público, siguen dependiendo de la economía de sus padres y la beca que cuentan en su escuela.*

### **Mensaje:**

*“Somos mas que una tienda, somos parte de la cultura”*

*Esto para dar a entender a los clientes y compradores que no son un negocio al que únicamente quiere vender productos para tener mas ganancias, sino que están comprometidos en traer la experiencia de como es consumir o tener en sus manos productos que serian considerados fuera de su alcance, por lo que quieren cumplir con los deseos de los usuarios.*

### **Medios de comunicación:**

*Para este paso, se debe tomar en cuenta que medios de comunicación tiene a su disposición y el cómo desarrollarlo, esto se debe para que su impacto sea mas efectivo dependiendo de donde será difundido y de que forma se presentará ante el público objetivo.*

*Los medios que cuenta la tienda son las externas, quiere decir que utiliza mayormente las redes sociales porque el público dirigente son jóvenes y donde son mas activos en cuanto a la atención a cliente y compartir actualizaciones sobre los nuevos productos, promociones, entre otros. Otro medio de comunicación es voz a voz de la gente,*

porque hay recomienda o comparte información sobre el tipo de negocio que es, la atención que tiene al cliente, que tan confiable llega a ser, el precio de sus productos, entre otros. Por lo que ha sido un buen medio en el que han sido conocidas y que se popularizaron gracias a esto.

### *Estrategia de comunicación:*

Se planea en hacer difusión sobre la próxima convención con temática k-pop mediante a su red social (Instagram) con la que cuentan y al mismo tiempo, hacer promoción a si mismos para que la gente sepa que es una de las entre tiendas quienes estarán presentes vendiendo la mercancía que cuentan y de vender los boletos para la entrada a la convención, así serán recomendados por la gente por su servicio tan atento y flexible que son.

### *6.-Objetivos cuantificables*

Se elaborará una encuesta o preguntas y respuestas a los seguidores de Instagram para calcular el lote de productos que se venderán en la próxima convención y cuantos van a adquirir los productos que están en stock de la tienda, esto para que se evite una pérdida de dinero invertido en los productos que se tienen pensados en venderlos en el día de la convención. Si en caso de que la gente tenga dudas sobre los productos que habrá se va a realizar un live (directo) por su cuenta con el propósito de aclarar las preguntas que tiene algunos.

Tomando en cuenta que se hará una inversión significativa de la mercancía que habrá en la convención, se debe tomar como referencia sobre la inversión anterior del año pasado, que los gastos fueron alrededor de \$6,000 o \$10,000 MXN, se calcula que tendrán que gastar \$12,000 MXN por la nueva mercancía.