



PLAN DE MARKETING SANDELIVERY

LEONARDO MADRIGAL OSPINA

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
ENVIGADO

2020

Plan de Marketing Sandelivery

Leonardo Madrigal Ospina

Proyecto presentado como requisito para optar por el título de Administrador de Negocios
Internacionales

Asesor: Manuela Álvarez Ramírez

Institución Universitaria de Envigado
Facultad de Ciencias Empresariales
Administración de Negocios Internacionales
Envigado
2020

Resumen

Este trabajo está encaminado a la estructuración comercial de Sandelivery, una empresa legalmente constituida en Colombia y los Estados Unidos como proyecto de emprendimiento familiar y trabajo de grado, para obtener el título de Administrador de Negocios Internacionales.

Se elige utilizar la metodología SOSTAC a raíz del deseo inicial de tener un panorama de trabajo desde el marketing, alma fundamental de la generación de venta para la empresa y por la cual se obtienen los ingresos que darán vida al sueño de emprender.

Veremos en adelante como se estructura cada parte del SOSTAC utilizando la línea de negocio mas fuerte, “Sandelivery Flowers” la cual se fundamenta en la exportación de flores desde Colombia y Ecuador hacia los Estados Unidos de Norteamérica.

This work has the objective to the commercial structuring of Sandelivery, a company legally constituted in Colombia and the United States as a family entrepreneurship project and graduate work, to obtain the title of International Business Administrator.

The SOSTAC methodology was chosen as a result of the initial desire to have a work outlook from marketing, the fundamental soul of the sales generation for the company and therefore the income that will give life to the dream of entrepreneurship is obtained.

We will see from now on how each part of SOSTAC is structured using the strongest line of business, "Sandelivery Flowers" which is based on the export of flowers from Colombia and Ecuador to the United States of North America.

Tabla de Contenidos

v

<i>Metodología SOSTAC</i>	7
1. <i>Situación:</i>	7
• <i>¿Quiénes somos?</i>	7
• <i>Imagotipo</i>	7
• <i>¿Qué hacemos?</i>	8
2. <i>Análisis de factores internos y externos que condicionan nuestro negocio</i>	9
2.1. <i>Análisis DOFA</i>	9
3. <i>Página web y redes sociales</i>	11
4. <i>UX</i>	14
4.1. <i>User Experience Desing</i>	14
5. <i>Buyer Persona</i>	16
6. <i>Análisis de competidores:</i>	20
6.1. <i>Ponderado Competencia</i>	20
6.2. <i>Explicación atributos:</i>	21
6.2.1. <i>Empaque ecológico</i>	21
6.2.2. <i>Variedad</i>	21
6.2.3. <i>Producción local</i>	21
6.2.4. <i>Calidad de exportación</i>	21
6.2.5. <i>Distribución</i>	21
6.2.6. <i>Presencia en redes sociales</i>	22
6.2.7. <i>Precio</i>	22
6.2.8. <i>Relación con los clientes</i>	22

6.2.9.	<i>Logística inversa</i>	22vi
6.2.10.	<i>Página web</i>	22
6.3.	<i>Análisis</i>	23
7.	<i>Objetivos, Estrategia, Tácticas, Acción y Control</i>	24
	<i>Objetivo General</i>	24
	<i>Objetivos Específicos</i>	24
	<i>Estrategias</i>	24
	<i>Tácticas</i>	25
	<i>Acciones</i>	25
	<i>Controles</i>	26
8.	<i>Modelo de Negocios bajo metodología Canvas</i>	27
	<i>Lista de referencias</i>	29

Metodología SOSTAC

1. Situación:

¿Quiénes somos?

Service and Delivery MB «Sandelivery» es una empresa innovadora, legalmente constituida en los países de Colombia (SAS) y Estados Unidos (LLC) Localizados estratégicamente en la ciudad de Miami, FL, la cual se dedica a la Administración de la Operación Logística nacional e internacional, Asesoría y Consultoría en Comercio Exterior, Negocios y Relaciones internacionales, Asesoría y consultoría en Internacionalización Empresarial, Comercialización internacional de todo tipo de mercancías lícitas y NO prohibidas, Asesoría y consultoría en redes eléctricas residenciales, comerciales e industriales, Asesoría y consultoría en sistemas de seguridad CCTV y alarmas, Asesoría y consultoría en instalación y mantenimiento de redes de sistemas de cómputo.

- Imagotipo



Sandelivery elige utilizar un imago tipo dado que desde allí se pueden comunicar elementos importantes que satisface la empresa, con un eslogan inmerso en él, donde abarca cada una de las líneas de negocio y permite entender el Core del negocio.

¿Qué hacemos?

Importamos y Exportamos productos y servicios centrados en 4 grandes especialidades, “Sandelivery Flowers”, “Sandelivery Spare Parts”, “Sandelivery Technology” y “Sandelivery IT Consulting”.

- Sandelivery Flowers: Somos comercializadores internacionales de flores cultivadas en Colombia y Ecuador. Manejamos una amplia gama de flores para todas las necesidades. Tenemos convenio directo con más de 32 cultivos de alta calidad para exportación asegurando disponibilidad y variedad.
- Sandelivery Spare Parts: Suministramos Repuestos, Equipos y Maquinaria para la Industria. Somos una excelente alternativa en la búsqueda de sus soluciones tecnológicas y un importante aliado para la búsqueda de partes y equipos fabricados en Estados Unidos, Europa y el mundo.
- Sandelivery Technology: Somos comercializadores de tecnología de todo tipo, para necesidades residenciales, comerciales e industriales.
- Sandelivery IT Consulting: Asesoramos en las líneas de tecnología de electricidad industrial, comercial y residencial, redes de sistemas y sistemas de CCTV. Proveemos Soluciones para cada necesidad.

2. Análisis de factores internos y externos que condicionan nuestro negocio

2.1.2.1. Análisis DOFA

MATRIZ DOFA

	Positivos	Negativos
Internos (factores de la empresa)	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Externos (factores del ambiente)	OPORTUNIDADES	AMENAZAS

Imagen tomada de <https://degerencia.com/articulo/que-es-la-matriz-dofa-foda-o-dafo/>

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de negociación al por mayor y retail en flores de más de 23 especies diferentes • Innovación de “product tracking” a través de la App Sandelivery la cual permite tener la información 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de conocimiento geopolítico, de segmento de clientes finales, socio económico y estacionario del mercado de flores estadounidense • Estructuración corporativa de Sandelivery donde prevalece el polifuncionalismo de los

<p>actualizada en tiempo real de sus pedidos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de 20 años en exportación de flores al Reino Unido y parte de Europa 	<p>colaboradores de la empresa y genera desvío del foco estratégico para alcanzar el nivel apropiado de ventas y así garantizar el punto de equilibrio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de infraestructura física en destino, solo se tiene manejo virtual lo que hace que carezca de un mejor perfil de negocio personalizado
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ampliación de proveedores de transporte internacional hacia los Estados Unidos dados los costos adheridos al proceso logístico el cual encarece los precios finales. • Búsqueda de aliados locales para apalancamiento en ventas donde al diversificar el portafolio de compradores no se tengan pérdidas de elementos en stock 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • La fuerte competencia en la florida, donde juegan varios factores importantes tales como la experiencia local, fuertes lazos de negociación con los clientes y la gran experiencia en leyes estadounidenses. • Grandes distribuidores locales que realizan importaciones desde Centroamérica los cuales abarcan el 90% de la distribución general de flores en los estados unidos

3. Página web y redes sociales

- ✓ Sandelivery actualmente posee una página web con 2 dominios:
 - <http://www.sandelivery.co/>
 - <http://www.sandelivery.us/>

Sandelivery posee 2 dominios web para la comodidad de los usuarios que se relacionan con el proceso logístico en origen (compra) y con el proceso de distribución (venta) en destino. Ambos dominios redirigen al mismo sitio web el cual se encuentra en 2 idiomas, español e inglés.

- ✓ Sandelivery está presente en las redes sociales de:
 - Instagram <https://www.instagram.com/sandelivery.mb/>
 - Facebook <https://www.facebook.com/Sandelivery.MB>
 - Twitter https://twitter.com/Sandelivery_mb

Sandelivery elige estar presente en Instagram dada su estrategia de collages de fotos donde se puede exaltar la belleza de las flores que se comercializan y la satisfacción de los clientes en destino. A su vez, elige la red social Facebook dado que la población mayoritaria se encuentra allí, proporciona altos niveles de posicionamiento de marca, permite el compartir contenido analógico del core de la empresa, lo que aumenta su visibilidad en el internet. Como red social final, elige Twitter para mantener informados a los seguidores acerca de las grandes novedades y

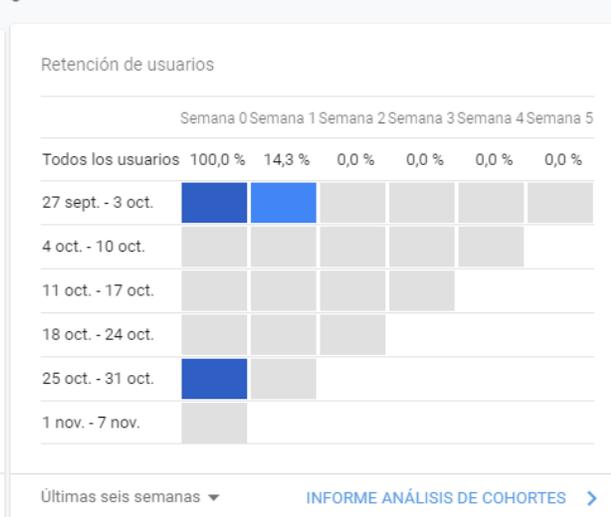
demás acerca de la empresa donde se puede proporcionar información inmediata con hilos de conversación y feedback de los clientes.

✓ Google Analytics:

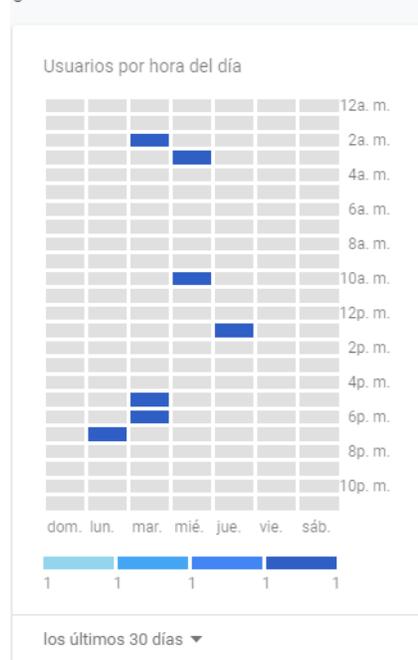
¿Cuál es la tendencia de sus usuarios activos a lo largo del tiempo?



¿Cómo retiene a los usuarios?



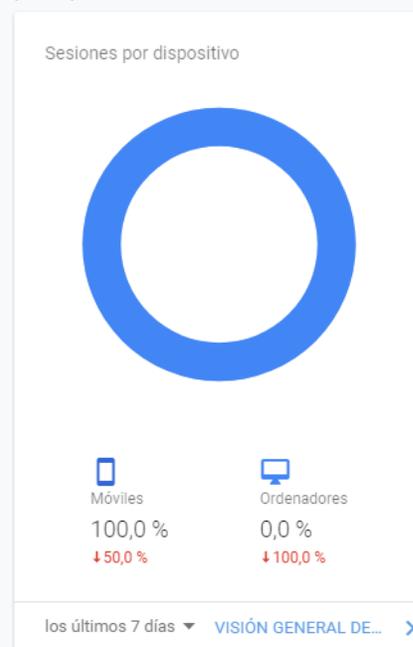
¿Cuándo acceden los usuarios?



¿Dónde están sus usuarios?



¿Cuáles son sus dispositivos principales?



Las métricas que analizamos en Google Analytics nos van a permitir evaluar las visitas del sitio web donde podemos evidenciar:

- Tiempo de conexión de los usuarios
- Horario de acceso al sitio web
- Geolocalización de visitantes
- Dispositivos de acceso al sitio web

Con esto, generar planes de mejora en búsqueda de un mejor posicionamiento de la página web.

4.1. User Experience Desing

Sandelivery elige utilizar la estrategia de User Experience Design dado que allí podemos evaluar a grandes rasgos los siguientes ítems:

- Necesidades del cliente
- Acción a desarrollar por parte de la empresa
- Expectativas del cliente
- Experiencia bajo estados de ánimo
- Puntos de contacto entre la empresa y el cliente
- Frustraciones del cliente
- Ideas de mejora

Esto nos permite entender el proceso completo desde el sentimiento del cliente en búsqueda de satisfacer una necesidad, hasta el logro de su objetivo donde tomamos ventaja al conocer cómo intervenir en cada paso.

	PUBLICACIÓN	INTERÉS	RECONOCIMIENTO	AMPLIACIÓN	CONTACTO	VENTAJAS	NEGOCIO	FIDELIZACIÓN	RETROALIMENTACIÓN
	Substage title	Substage title	Substage title	Substage title	Substage title	Substage title	Substage title	Substage title	Substage title
Necesidades del cliente	Kelly está en búsqueda de mejores proveedores de flores para mejorar su calidad y precio	Le interesa la portada de la página web de Sandelivery	Realiza un recorrido por la información básica de la página donde se aloja la información del core de negocio de Sandelivery	Se redirecciona a las 3 redes sociales donde se postean las fotos y publicaciones en general de la empresa	Se comunica con Sandelivery y conoce mas a fondo los servicios que presta la empresa	Tiene capacidad de comparación y encuentra las ventajas que le permitiría utilizar los servicios de Sandelivery	Cierra negocio con Sandelivery	Obtiene el paquete de fidelización con Merchandising y planes de mediano y largo plazo	Realiza una encuesta para mejorar el servicio
Acción									
Expectativas del cliente	Encontrar un proveedor que supla sus necesidades	Encontrar una empresa seria y organizada	Encontrar una característica que le permita querer buscar mas información acerca de los servicios	Ver publicaciones que le agraden y den evidencia de que sus necesidades van a estar satisfechas	Facilidad de contactarse con rapidez	Lo que le ofrezca la nueva empresa realmente tenga un punto de inflexión que mueva la balanza	Seriedad, claridad y cumplimiento en la negociación	Un item no Core adicional que le motive más a mantener el negocio con la nueva empresa	Espera que cuando emita una retroalimentación esta sea respondida en el menor tiempo dando una clara explicación
Experience									
Puntos de contacto	Google / Otros buscadores	Página Web de Sandelivery	Página Web de Sandelivery	Redes sociales, Instagram, Facebook y Tweeter	Línea telefónica, WhatsApp, Redes sociales, Instagram, Facebook y Tweeter	Visita presencial	Visita presencial	Visita presencial	Página Web de Sandelivery, Redes sociales, Instagram, Facebook y Tweeter
Frustraciones del cliente	Retrasos en las entregas de pedidos, poca variedad de productos, precios elevados.	Pocas empresas locales distribuidoras a las cuales ya conoce	Difícil de acceder a la información clave de la empresa	Redes sociales desactualizadas, con fotos nada atractivas y que no infieren el core de negocio propuesto	Dificultad para establecer una comunicación	Encontrarse con engaños en el "mas por menos"	Contratos enredados con condiciones que se salgan de los acuerdos verbales iniciales. Incumplimiento de los acuerdos.	Encontrar negocios básicos que no generen un plus	Emitir quejas, sugerencias, peticiones, solicitudes y nunca recibir respuesta
Ideas de mejora	Enunciar en los buscadores las características básicas e importantes de los servicios	Tener un diseño de página web muy llamativa la cual invite a su navegación	Establecer una información corta, clara y concisa de los servicios que presta Sandelivery	Mantener actualizadas las redes sociales innovando en sus diseños, además de realizar Reels para generar contenido puntual	Mantener, actualizar y revisar los link de contacto de los diferentes medios	Establecer con claridad las ventajas respecto a la competencia con cifras y hechos	Establecer condiciones legales con un lenguaje de negocio entendible para la contraparte. Datos claros y bien definidos	Generar un impacto diferenciador con planes reales que motiven	Dar respuesta a lo mas pronto posible a los clientes con una fecha no mayor a 5 días calendario

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	From You Flowers	PARTE 1: QUIÉN
<p style="text-align: center;">ANTECEDENTES DE LA EMPRESA</p> <p>Historia, misión, información relevante</p>	<ul style="list-style-type: none"> From You Flowers® pertenece y es operado por socios con más de 35 años de experiencia combinada en la industria floral. Somos miembros de múltiples redes de floristas y tenemos capacidad de entrega en todo el mundo a través de nuestra afiliación con más de 20.000 floristas de primer nivel de todo el mundo. From You Flowers® emplea actualmente a empleados de tiempo completo y parcial, incluidos representantes de servicio al cliente, gerentes y supervisores (día, noche y fines de semana). Todos nuestros empleados tienen una amplia experiencia en Atención al Cliente relacionada con la industria del regalo de flores. From You Flowers® ofrece una selección completa de artículos florales y de regalo personales y corporativos apropiados para cualquier ocasión y cada sentimiento. Esto incluye flores frescas, plantas, globos y canastas de regalo. Contamos con un departamento de Servicios al Cliente Especial de servicio completo, con un número de teléfono independiente y personal dedicado diseñado para satisfacer todas las necesidades de nuestros clientes. 	

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	From You Flowers	PARTE 1: QUIÉN
<p style="text-align: center;">ANTECEDENTES DE LA EMPRESA</p> <p>Historia, misión, información relevante</p>	<ul style="list-style-type: none"> From You Flowers® también ofrece un servicio de recordatorio único diseñado para brindar asistencia con la selección de obsequios y avisos anticipados para fechas importantes como cumpleaños, aniversarios y feriados. Los clientes pueden realizar compras las 24 horas del día, los 7 días de la semana a través del número gratuito 800 o en Internet en www.fromyouflowers.com. From You Flowers, LLC ofrece servicio de entrega el mismo día en pedidos realizados antes de las 3:00 pm en la zona horaria de entrega. Capacidades geográficas From You Flowers® presta servicios en los Estados Unidos y en más de 140 países en todo el mundo. 	

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	From You Flowers	PARTE 1: QUIÉN
<p style="text-align: center;">INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA</p> <p>Ubicación, ganancias aproximadas</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación : Estado de la Florida • Adicional, tienen operación en 32 estados con impacto de entregas por asociados claves en todo el mundo. • FYF es un gran centro de distribución mundial, recibiendo su materia prima de diferentes cultivos ubicados en Latinoamérica • Utilidades aproximadas de 3,2 millones de dólares estadounidenses anuales

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	From You Flowers	PARTE 1: QUIÉN
<p style="text-align: center;">COMPORTAMIENTO EN REDES SOCIALES</p> <p>Que tipo de redes tiene, es constante en ellas, tiene blogs? A quien sigue?, cuales son los comentarios que sus clientes hacen?</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Poseen página web, Instagram y Facebook • Tienen una media de 130 interacciones en Instagram por publicación con comentarios cortos y básicos a través de emoticones Con 1407 publicaciones tienen 18200 seguidores y 736 seguidos (Oct 19 / 2020) • En Facebook tienen 783019 seguidores y su perfil tiene 794177 interacciones. (Oct 19 / 2020) <p>En general sigue a personas comunes y a muchos minoristas de su producto</p>

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	From You Flowers	PARTE 2: QUÉ
<p>OBJETIVOS</p> <p>Objetivos primarios y secundarios de la compañía</p>		<ul style="list-style-type: none"> Primarios: Garantizar la disponibilidad y calidad de su portafolio de flores Secundarios: Ofrecer asesoría para eventos y convenciones Garantizar variedad de flores Garantizar stock en temporadas estacionales y fechas especiales
<p>RETOS</p> <p>Retos primarios y secundarios de la compañía</p>		<ul style="list-style-type: none"> Mantener la respuesta a las solicitudes en cada condado de los Estados Unidos y en 140 países donde tienen presencia. Ampliar su capacidad internacional llegando a nuevos mercados en más países
<p>CÓMO PODEMOS AYUDAR</p> <p>...para que obtenga los objetivos deseados ...para que pueda superar los retos</p>		<ul style="list-style-type: none"> Podemos ayudar brindando un abastecimiento seguro y sin riesgos, con gran variedad y calidad, lo cual le permita a FYF continuar con su cadena logística hacia sus clientes finales.

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	From You Flowers	PARTE 3: POR QUÉ
<p>COMENTARIOS</p> <p>Ejemplos de comentarios reales sobre sus retos y objetivos. (pueden ser positivos o negativos)</p>		<ul style="list-style-type: none"> En sus comentarios se les nota el afán y la necesidad por tener disponibilidad y realizar entregas rápidas de sus pedidos a los clientes. Sus seguidores hablan en general por los buenos diseños de sus arreglos.
<p>QUEJAS COMUNES</p> <p>Razones por qué no comprarían nuestro producto o servicio. O una solución parecida</p>		<ul style="list-style-type: none"> Las quejas encontradas se relacionan con la capacidad de entrega luego de que varias personas expresan que llevan mas del tiempo normal para que les llegue el pedido o que ya es demasiado tarde para recibirlo dado que son fechas especiales. En respuesta siempre responden de esta forma: <p>"Dear Ms, We sincerely apologize for any inconvenience while using our service. Please DM your order number. We will have a Supervisor reach out to you ASAP. Thank you for contacting you as our goal is to resolve this as quickly as possible to your satisfaction.</p>

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	From You Flowers	PARTE 4: CÓMO
<p>MENSAJE DE MARKETING</p> <p>Cómo describirías la solución de tu empresa a este buyer persona.</p> <p>MENSAJE DE VENTAS</p> <p>Cómo venderías la solución a tu buyer persona</p>	<ul style="list-style-type: none">• Con Sandelivery tienes más de 32 cultivos de las mejores flores en tus manos, con tan solo un clic darás respuesta a todas tus necesidades. No somos un proveedor mas, somos tu aliado estratégico.• Sandelivery es garantía de calidad y disponibilidad de producto para que tu negocio no se detenga, minimiza el riesgo y aumenta la oferta a tus distribuidores en todo el mundo.	

6. Análisis de competidores:

20

6.1. Ponderado Competencia

Atributo/Competencia	Berkeley Florist Supply	Trias Flowers	Luxury Flowers Miami
Empaque ecológico	60%	70%	50%
Variedad	70%	70%	90%
Producción local	60%	50%	40%
Calidad de exportación	80%	70%	70%
Distribución	90%	90%	90%
Presencia en redes sociales	80%	80%	80%
Precio	70%	80%	60%
Relación con los clientes	70%	70%	60%
Logística inversa	40%	20%	0%
Página web	80%	80%	80%
Promedio	70%	68%	62%

6.2.1. Empaque ecológico

Son aquellos productos que son hechos con productos reciclados que no dañan el medio ambiente y a su vez contribuyen con la reducción de los residuos contaminantes

6.2.2. Variedad

Es el portafolio de productos que maneja la empresa incluyendo las variantes o modelos de sus mismos productos

6.2.3. Producción local

Son productos elaborados en una región específica donde se encuentran ubicadas las empresas y usan productos provenientes de esa región

6.2.4. Calidad de exportación

Se refiere a la calidad de los productos de la empresa en comparación con el mercado internacional

6.2.5. Distribución

Se refiere al lugar de ventas de los productos, al igual que el costo de los envíos nacionales e internacionales

6.2.6. Presencia en redes sociales

22

Es la interacción que tiene la empresa cliente en las diferentes plataformas, como cantidad de historias, los posts y la frecuencia de las mismas

6.2.7. Precio

Cantidad de dinero que se paga para adquirir el producto

6.2.8. Relación con los clientes

Medios de comunicación con los que los clientes se pueden comunicar, como redes sociales, Mensajería y correo electrónico

6.2.9. Logística inversa

Es la capacidad que tiene la empresa de la recuperación y reciclaje de envases, embalajes y residuos peligrosos

6.2.10. Página web

Es la capacidad de atraer clientes por medio del diseño, fácil uso y conocimientos para adquirir los productos

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla evidenciamos que "Berkeley Florist Supply" es la empresa que tiene un mayor porcentaje, respecto de atributos, comparado con la competencia, además podemos destacar modelos a seguir en algunos rubros para obtener una ventaja comparativa y/o competitiva. Esta empresa es a la cual debemos iniciar un plan de Benchmarking para emular sus buenas prácticas corporativas.

7.1. Objetivo General

Crear un sistema inicial de mercadeo novedoso para la puesta en marcha de la compañía Sandelivery donde se conozcan las fortalezas, debilidades, oportunidades, planes de mejora y análisis de mercado apoyando la operación establecida y logrando la meta de rentabilidad del 30% en el primer semestre de funcionamiento con una liquidez del 50% del valor de operación logística en el primer año de funcionamiento con una solución novedosa y tecnológica que rompa los esquemas del mercado

7.2. Objetivos Específicos

Crear un documento modelo bajo la metodología SOSTAC la cual permita la identificación de las partes comerciales importantes de la empresa en el ámbito B2B

Analizar la propuesta tecnológica mas acorde a la situación de mercado de flores en los Estados Unidos para una mejor gestión comercial

7.3. Estrategias

Adecuar los accesos virtuales como página web y redes sociales para acercar a los clientes a la empresa

Dar a conocer el portafolio de servicios que Sandelivery ofrece al mercado en general 25

Identificar las necesidades de los clientes y evaluar las salidas propicias para satisfacerlas adecuadamente lo que permita sostenibilidad en el tiempo y equilibrio financiero.

7.4. Tácticas

Rediseñar la página web con un aspecto mas amigable para los dispositivos móviles y con información precisa que permita conocer los servicios de forma rápida

Luego de una clasificación de clientes objetivos bajo análisis de mercado, realizar visitas presenciales para la muestra de los servicios de exportación de flores desde los países de Colombia a y Ecuador

Dentro de los análisis previos se contactarán a los clientes con la metodología de “Mystery Shopper” con la cual evidenciaremos las diferentes necesidades que afrontan los pequeños distribuidores locales, así, proporcionar elementos de peso para satisfacerlas.

7.5. Acciones

Con la herramienta de Wordpress se realizarán las modificaciones centradas en una evaluación del SEO y Google Search para determinar la usabilidad de la página web

Se solicitarán citas con el departamento de compras brindando souvenirs iniciales con 26 muestras de flores, cuadernos personalizados y un útil de oficina

Al momento de la visita incógnita evaluar el mayor número de aspectos posibles que nos sirvan para determinar con mayor precisión la propuesta de negocio al cliente. Entre ellos, variedad, disponibilidad y calidad.

7.6. Controles

Emitir el informe del SEO y Google Search Console semanalmente para determinar los cambios a realizar buscando la usabilidad tanto móvil como desde escritorio.

Verificar si atrae la táctica del souvenir o que podría mejorar para generar un impacto y quiebre del hielo para garantizar una negociación más cercana.

Realizar varias visitas con personas diferentes, corroborando la información inicialmente colectada, comparando los aspectos en común desde diferentes perspectivas de profesionales en mercadeo y ventas.

Este modelo de negocio se expone adicionalmente al SOSTAC para determinar la propuesta de valor, la cual, fundamenta todo génesis de negocio y permite enfocarse en las habilidades y ventajas frente a la competencia.

“Una propuesta de valor es un recurso para transmitir de manera objetiva y directa las ventajas que una empresa puede aportar a sus clientes” Por Edgar Higuerey, Consultor de Marketing de Contenidos - Periodista - Apasionado del fútbol y la buena escritura, Publicado el 7 de mayo de 2019. | Actualizado el 30 de septiembre de 2020

SOSTENIBILIDAD

AMBIENTAL: La responsabilidad con el medio ambiente es fundamental, es por eso que Sandelivery utiliza sistemas de embalaje completamente libre de plásticos, además de materiales que son reciclables y biodegradables. A su vez, Sandelivery realiza logística inversa aprovechando hasta el mínimo porcentaje de

Social: Sandelivery nace como un apoyo a los cultivadores de flores, internacionalizando su producto donde su Core de negocio es la venta local y limita su mercado al ámbito nacional. Esto permite la sostenibilidad de las empresas de cultivo, el crecimiento de las mismas y del

INFRAESTRUCTURA

Se conforma por el investigador principal, Leonardo Madrigal Ospina que cumple su rol al 100% en modalidad de empresarismo.

EQUIPO MULTIDISCIPLIN

COSTO

Valor variable según factura local por pedido. El costo se vuelve 0 dado que se utilizan los recursos de la empresa compradora de los productos para la liberación local de los pedidos

Su infraestructura es virtual dado que es una intermediación de mercado en la

USO DE LOS

RECURSOS

Capital de trabajo
Intelectuales:
Know-how en la comercialización de flores.
Recursos bibliográficos

OFERTA

La capacidad de oferta en términos de disponibilidad y variedad, luego de tener acuerdos comerciales con 32 diferentes cultivos de flores locales, le permiten a Sandelivery responder a las solicitudes de todos sus clientes en el exterior.

DIFERENCIADOR

FINANZAS

La rapidez en las entregas de pedidos y la calidad del producto seleccionado le permitirán a Sandelivery ser reconocida en el mercado extranjero como una alternativa viable de negocio

RECONOCIMIE

Por medio de redes sociales, página web propia de Sandelivery, además, de visitas presenciales a los clientes.

FORMAS DE COMUNICA

Margen de Utilidad por internacionalización: 30% del Valor de la factura local con manejo de descuentos comerciales de hasta un

DEMANDA

Pequeños distribuidores de flores y floristerías generales en el estado de la Florida los cuales realizan compra local con precios elevados, perdiendo competitividad en su cadena de valor.

CLIENTE

OBTIENES

NJ Advance Media Marketing Solutions Specialist. (2018) 9 marketing metrics to help target your audience

Tomás, D., Cardona, L., (2019) 40 Estrategias de marketing para lanzar tu producto

Tomás, D., Cardona, L., Ventura, B., Ortiz, D., Llonch, E., (2019) 130 métricas de marketing digital que deberías conocer