

Marketing Plan

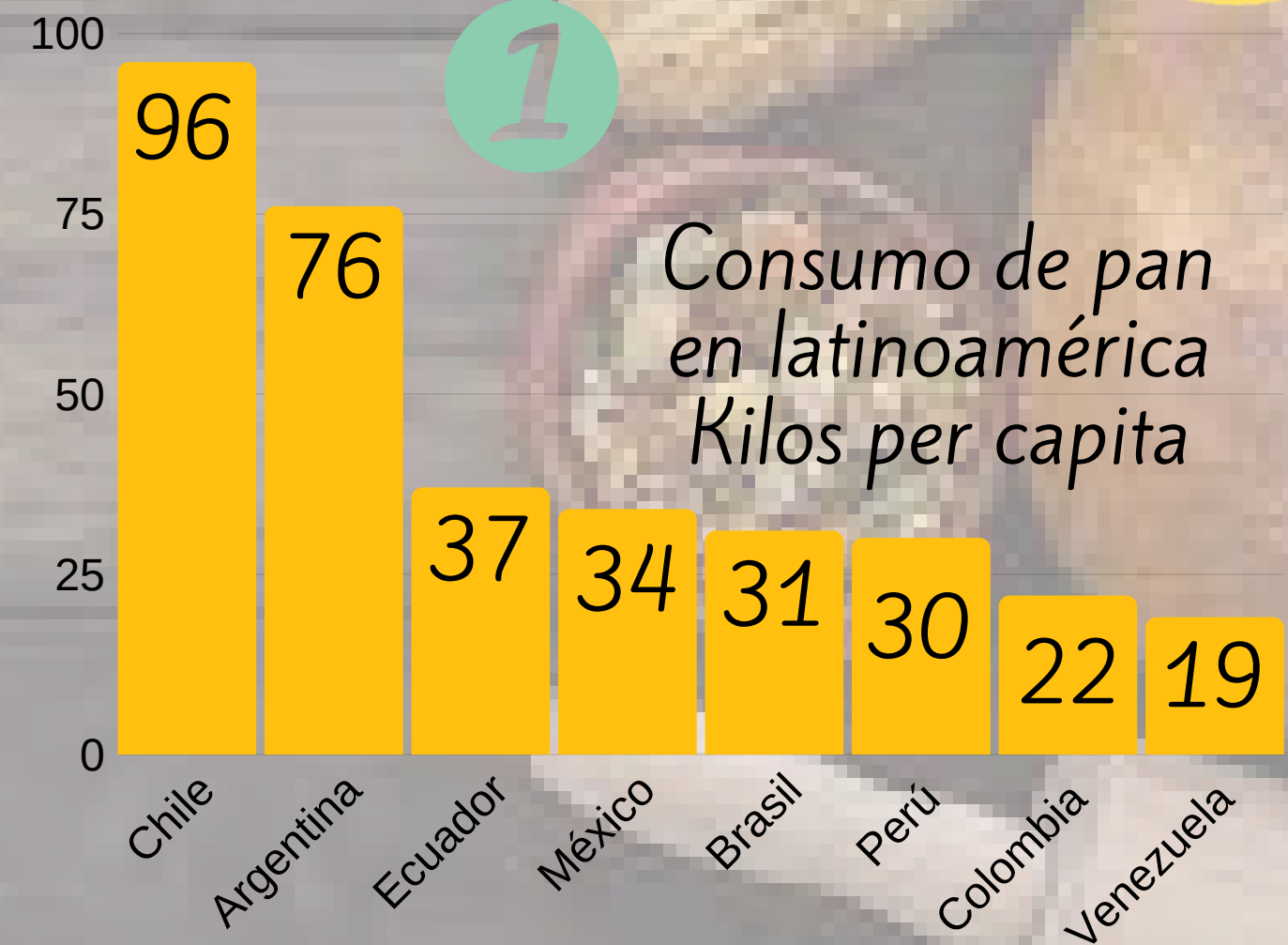
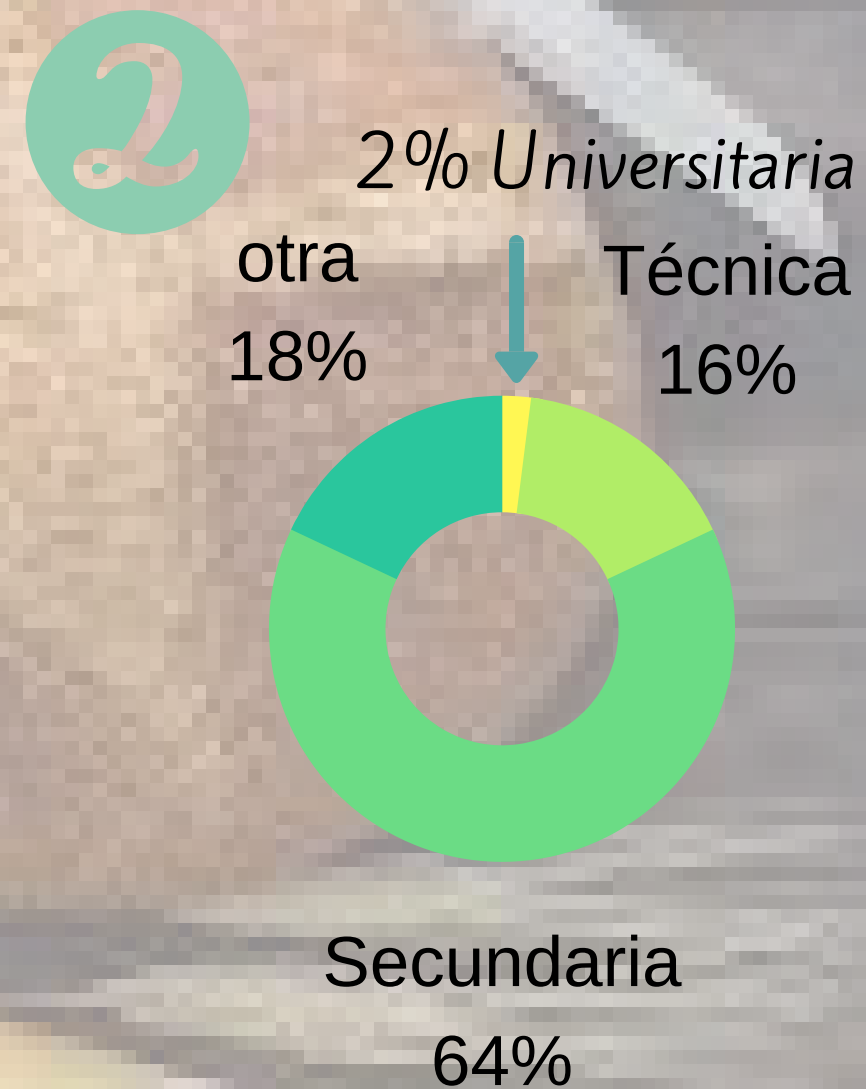


PRESENTADO POR:

*Maria Camila
Zamudio Henao*



Planteamiento del problema



Fuente: Asociación Nacional de Fabricantes de pan, ADEPAN.

Desarrollar estrategias para la apertura del punto de venta Molino Dorado en el municipio de Cajicá.



Objetivo General

1

Evaluar variables de producto y precio



Proponer estrategias de vitrinismo y layout para el establecimiento.

2

3

Generar estrategias de lanzamiento, fidelización y promoción digital

Objetivos Específicos



Justificación

Crecimiento del comercio en el municipio en el último año

23% respecto al 2018

LOS HOGARES SE CAMBIAN A VARIEDADES SALUDABLES DE LAS MISMAS CATEGORÍAS QUE YA CONSUMÍAN ANTES

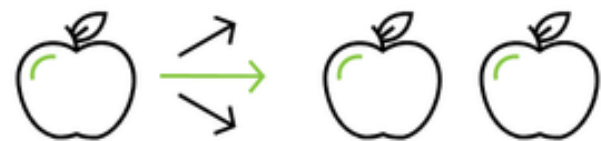
43%

de los hogares se cambian a variedades saludables dentro de las mismas categorías que suelen consumir



40%

de los hogares consume en mayores proporciones los alimentos saludables que ya había probado antes



HOGAR SALUDABLE

Hogares pequeños de NSE **medio alto y alto**

Mujeres cabeza de hogar, **empleada o microempresaria**

Con hijos **adolescentes**

Mayores índices de consumo en **Bogotá y Cartagena**



3 de cada 5 locales comerciales cerraba en menos de un año

Fuente: Estudio Saludable de Nielsen 2018 - Colombia

Copyright © 2018 The Nielsen Company

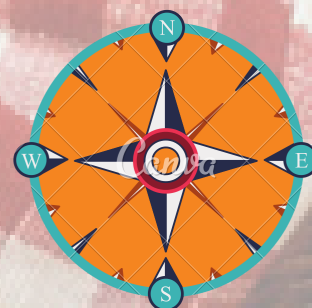
*Pan al estilo
artesanal*

*Ferias
empresariales chia*

*Pan al estilo
artesanal hecho a
base de masa madre*



2017



2018

2019



Quienes somos



1 Ofrecer una alternativa a los productos de panadería tradicionales promoviendo un estilo de vida saludable para la comunidad.

- 3
- Servicio
 - empatía
 - calidad
 - servicio

2 En 2020 Molino Dorado debe sobrepasar el punto de equilibrio y generar ganancias por encima del 50%



Misión, visión y valores

Valor agregado



Analisis del entorno interno



Analisis del entorno interno

○ Portafolio de productos

- Pan de frutos rojos
- Pan con arándanos
- Pan multise millas
- Pan con uvas pasas
- Mogollas
- Achiras



Analisis del entorno externo



P **E** **S** **T** **E** **L**



Analisis de la competencia





20 a 70+

Estilos de vida y tendencias saludables
(vegetarianismo, deportes)

Estética (Dietas altas en fibra y cero grasas)

Salud (personas con diabetes o problemas de colesterol)

Amantes del pan al estilo artesanal



Público Objetivo

Análisis de la situación

Fortalezas:

Calidad del producto final.
Producto alternativo
(nuevo para el mercado local).
Conocimiento idóneo del mercado.

Debilidades:

Débil imagen de la marca en el
mercado local.
Recursos financieros limitados.
Costos relativamente mayores a la
competencia.

Oportunidades:

Mercado potencial no atendido.
Desarrollos de mejores
productos para el mercado local.

Amenazas:

Competidores de bajo costo.
La venta de productos
sustitutos está creciendo
(artesanal/industrial).



- Pan de frutos rojos
- Pan con arándanos
- Pan multise millas
- Pan con uvas pasas

500gr
\$8.000 pesos

\$16 x gr

- Mogollas

5uni x 50gr (250gr total) -
3.000 pesos

- Achiras

50 gr - 3.000 pesos



Evaluacion de variables de precio y producto



- Pan de frutos rojos
- Pan con arándanos
- Pan multise millas
- Pan con uvas pasas

5 uni 45gr * 2.250

\$10 x gr

- Mogollas

5 uni x 50gr (250gr total) -

3.000 pesos

- Achiras

50 gr - 3.000 pesos

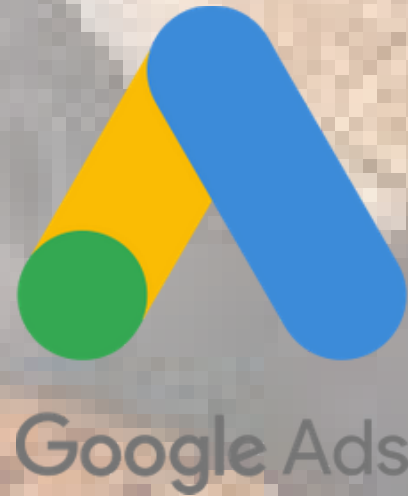


Evaluacion de variables de precio y producto





Propuesta de vitrinismo y lay out



Mensajes automáticos Whatsapp
business:

- Promociones del día
- Producto de la semana
- Producto de temporada
- Combos x semana
- Descuentos



Cupones redimibles
en próximas
compras

Regalos en fechas
especiales:

Estrategias de fidelización y promoción digital

