

ACTIVIDADES CLAVE

RELACION CON LOS
CLIENTES

SEGMENTO DE
CLIENTES

SOCIOS CLAVE

PROPUESTA DE
VALOR

RECURSOS CLAVE

CANALES

ESTRUCTURA DE COSTOS

FLUJO DE INGRESOS

SEGMENTO DE CLIENTES

Nuestro segmento de clientes esta dividido segun criterios

Demográficos

Por edad: mayores de 18 años
Por sexo: genero femenino.

Geograficos

Usuarios localizados en la provincia de Buenos Aires, específicamente el area del conurbano.

Psicográficos

Usuarios interesados en el cuidado personal (salud y bienestar)
Usuarios interesados y comprometidos con el cuidado del medio ambiente

Nuestros clientes nos eligen porque creamos **formas de pago y precios accesibles** pensados especialmente para su conveniencia y el beneficio de ambas partes. Sin olvidar la relación **precio calidad única** que brindamos.

RELACION CON LOS CLIENTES

Otorgamos productos personalizados, y una **atencion individualizada** a nuestros clientes

La relacion comienza con el primer contacto entre cliente y vendedor, y finaliza cuando el cliente se encuentre satisfecho, a traves de nuestros canales de post venta.

Nos esforzamos en que la atencion y la calidad de nuestros productos pueda **satisfacer de sobremanera** la necesidad del usuario y asi vuelva a contactarnos.

Estaremos atentos a leer todas las reseñas que se realicen a traves de nuestras **redes sociales** y nuestra **direccion de correo electronico**, designadas exclusivamente para recibir todas las inquietudes, quejas y comentarios de nuestros clientes.



CANALES DE COMUNICACION

Nuestros canales de comunicacion con nuestros clientes esta enfocado en la **retroalimentacion**. Por medio de nuestras redes, tarjetas virtuales y una direccion de correo electronico. Manejadas por un **equipo de personal capacitado**.

Difusion a traves de tarjetas virtuales con

- Nombre de la empresa
- Redes
- Numero
- Imagenes de nuestros productos
- Beneficios asociados a su uso



@freyja.arg



freyja



freyjaorg@gmail.com

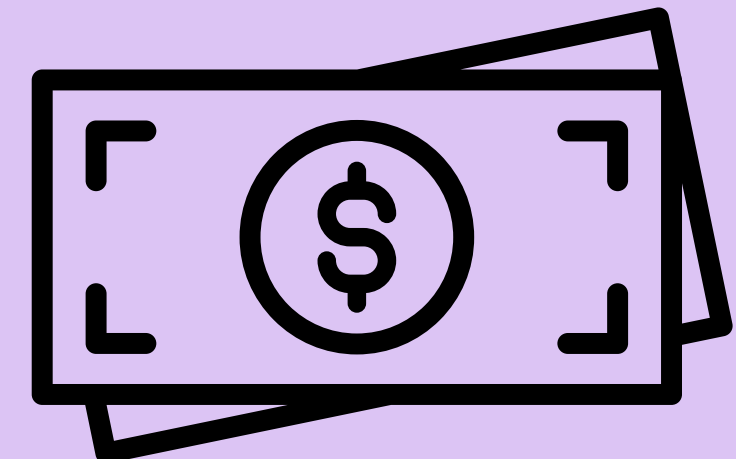
El contenido de nuestras redes no sera unicamente **publicitario**, sino que ademas sera **informativo**. Con esto nos referimos a publicaciones que muestren los **beneficios y usos** del producto y **experiencias** de otros usuarios.

FLUJO DE INGRESOS

Nuestro principal ingreso es a través de la venta de nuestros productos. Realizaremos una gestión en nuestra estructura de costos para lograr costos mínimos **sin resignar calidad** de nuestros productos.

Los **medios de pago** con los que contamos son:

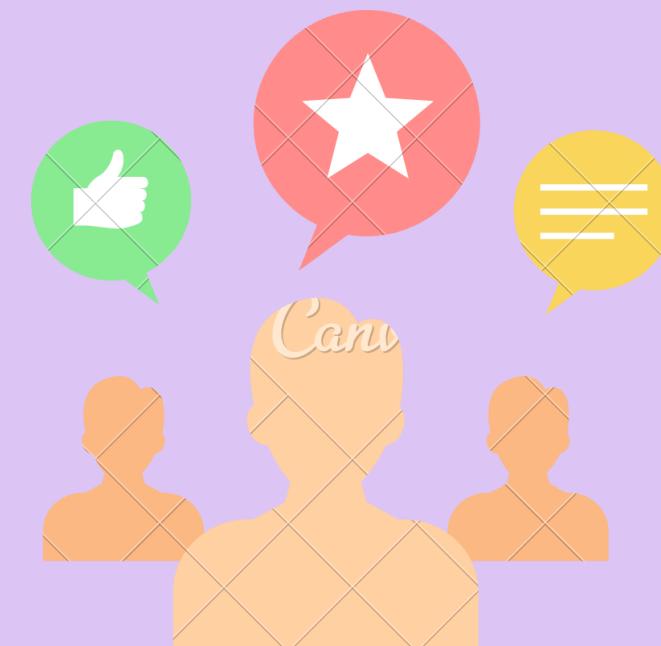
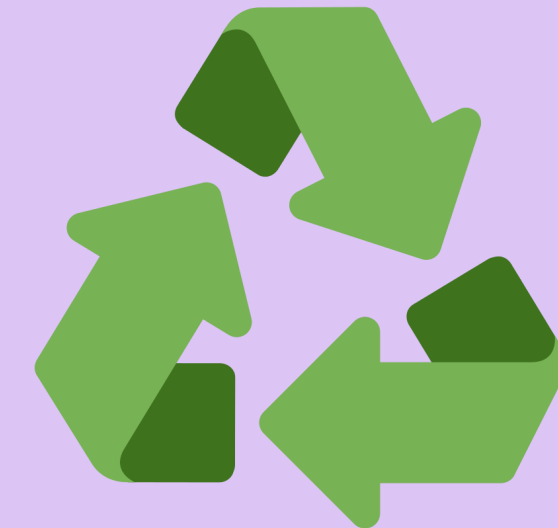
- Billetera virtual
- Efectivo
- Transferencias bancarias



PROPUESTA DE VALOR

Ofrecemos

- Productos que contribuyen al cuidado personal, referido a la salud y bienestar de las personas
- Customizacion/personalizacion de nuestros productos
- Atencion individualizada a nuestros clientes
- Un servicio de post venta para nuestros clientes
- Una relacion calidad precio en todos nuestros productos
- Sustentabilidad en todo el proceso de produccion, comercializacion, distribucion y desechos de nuestros productos



ESTRUCTURA DE COSTOS

Nuestra estructura de costos se compone de **costos fijos y variables**, Tambien incluidos los **gastos de comercializacion y distribucion**.

Costos fijos: los sueldos

Costos variables: Materia prima

- Telas
- Glicerina
- Semillas
- Maquinarias
- Moldes
- Hilos
- Aguja
- Esencias
- Colorantes
- Tijera

Gastos de comercializacion:
publicidad, servicio de post venta

Gastos de distribucion: logistica,
envios sin cargo, envios a domicilio

RECURSOS CLAVE

Recursos físicos:

- Telas
- Glicerina
- Semillas
- Maquinarias
- Moldes
- Hilos
- Esencias
- Colorantes
- Aguja
- Tijera

Recursos humanos:

- Gerente general
- Gerentes de areas
- Jefes de departamentos
- Empleados

Recursos economicos:

- Capital de la empresa
- Acciones a vender
- Dinero en efectivo

Recursos Intangibles:

- Marca (FREYJA)
- Capacitacion del personal

Necesitamos 35000\$
como capital inicial

ACTIVIDADES CLAVE

Para que nuestra empresa funcione necesitamos **realizar eficientemente** las siguientes gestiones:

- Planificación
- Gestión de la producción
- Gestión de la comercialización
- Gestión financiera

Las actividades a realizar son

1. Investigación de mercado
2. Diseño y desarrollo de productos
3. Adquisición de materias primas
4. Procesamiento y fabricación

5. Control de calidad
6. Embalaje y etiquetado
7. Marketing y ventas
8. Distribución y logística

SOCIOS CLAVE

Podemos considerar como un socio clave a el **instituto San Alfonso**

Como referente principal la profesora Marcela Karina Oyene

Conseguiremos nuevos socios por medio de los distintos contactos de los socios que ya tiene la empresa, tambien promocionando en diferentes redes sociales

Los actores que hacen posible el funcionamiento del negocio son

- Proveedores
- Familiares
- Empleados y gerentes

