

Plan de negocio

¿Cuál es tu argumento de venta?

Nuestro argumento de venta es nuestro principio de que un negocio debe ser parte de la comunidad. Esto tiene que estar reflejado en la presencia de nuestros empleados, la calidad de los productos, nuestros cursos comunitarios y nuestro compromiso para con el programa de aprendices.

Gracias al énfasis constante que pondremos en la calidad y la atención al cliente, confiamos en construir nuestra clientela base.

¿Cómo aseguras que tu negocio sea rentable? (Considera tus precios de venta en relación con los gastos del negocio).

Con el objetivo de crear un negocio rentable, necesitamos asegurar que todos los aspectos del negocio sean de éxito. La cafetería ofrecerá un crecimiento constante y responsable (con el desarrollo de la zona habrá un incremento en el número de personas que viajarán entre sus hogares y sus puestos de trabajo). Sin embargo, debido a que la panadería ocupará la mayor parte del espacio físico, no nos será posible ampliar la cafetería. Necesitamos centrar nuestro potencial de crecimiento en las ventas a otros negocios y el catering para eventos.

Sección 4: Marketing de tu negocio

¿Por qué canales conocerán tus potenciales clientes los productos o servicios que vendes?

Nuestro énfasis en la calidad y los precios competitivos asegurará nuestra reputación, que confiamos que se divulgue “de boca a boca”.

Aunque lanzaremos campañas de ventas con el objetivo de llegar a más clientes, nuestro marketing se hará principalmente a través de Twitter, Instagram y Facebook.

En caso de que el producto/servicio sea totalmente nuevo, ¿cómo van a identificarlo como una necesidad personal o de la comunidad?

Como panadería venderemos un producto básico. Sin embargo, esperamos promocionar las ventajas del uso de productos no procesados y orgánicos, igual que el valor añadido del “comercio justo” e ingredientes de fuentes de origen ético a través de etiquetado especial.

¿Cómo vas a comercializar tu negocio?

Nuestra promoción se hará mayoritariamente a través de las redes sociales, principalmente Twitter, Facebook e Instagram.

Ofertas online y ventas se promocionarán a través de nuestra páginas web y una revista online.

¿Cuánto va a costar?

Tenemos un presupuesto limitado para el marketing.

Hemos destinado 2.500 € a la promoción de eventos (campaña de estreno, y promoción de productos gratis) más los materiales de marketing.

La promoción a través de las redes sociales no tiene costes.

Utilizaremos al principio un blog como nuestra página web. Esperamos que con 500 € podremos contratar un diseñador de webs simpático que nos diseñe el logo y la presentación del negocio en el blog.