Cerchiaro

Proyecto final de mercadeo y comunicación de la moda II

Por: Valeria Cerchiaro Torrado
Presentado a : Giancarlo Pugliese
Materia :Planeación Estratégica

Creación de una marca de moda, concepto y diseño de imagen corporativa

- Marca : Cerchiaro .

Cerchiaro es una marca de zapatos con colecciones exclusivas pues cada uno de nuestros zapatos son fabricados a manos y diseños totalmente cómodos y diferentes.

Cerchiaro sabe lo importante que es para las mujeres verse bien y sentirse cómodas por eso siempre está en búsqueda de la máxima comodidad sin dejar a un lado la feminidad, en esta búsqueda descubrimos que no hay zapatos más cómodos y con altura que las plataformas por eso nuestra marca se especializa en buscar los más novedoso en plataformas. Nuestro estilo va desde lo clásico hasta lo extravagante siempre teniendo en cuenta las últimas tendencias .

Cerchiaro

Imagen Corporativa

Cerchiaro

Imagen digital del espacio comercial interno y externo de la tienda

Fachada: el aviso esta hecho de letras negras en un fondo blanco totalmente iluminado. Siendo así muy simple proyectado elegancia, frescura y limpieza.

La vitrina es amplia, en vidrio y la exhibición de los zapatos no es recargada es mínima y simple contrastando cada zapato con el blanco de los muebles.

Imagen digital del espacio comercial interno y externo de la tienda

Interior de la tienda:

La tienda es de un estilo muy simple y tiene como protagonista el color blanco buscando un gran contraste con los zapatos. Cuenta con una gran cantidad de iluminación de color blanca , espejos que dan la sensación de reflejos .

La tienda esta adornada por muebles con formas geométricas descompuestas

Cerchiaro en italiano significa circulo a eso se debe parte de su logo y parte de la decoración de la tienda, en algunos muebles hay líneas como estas

Que hacen alusión al significado de la marca, un circulo

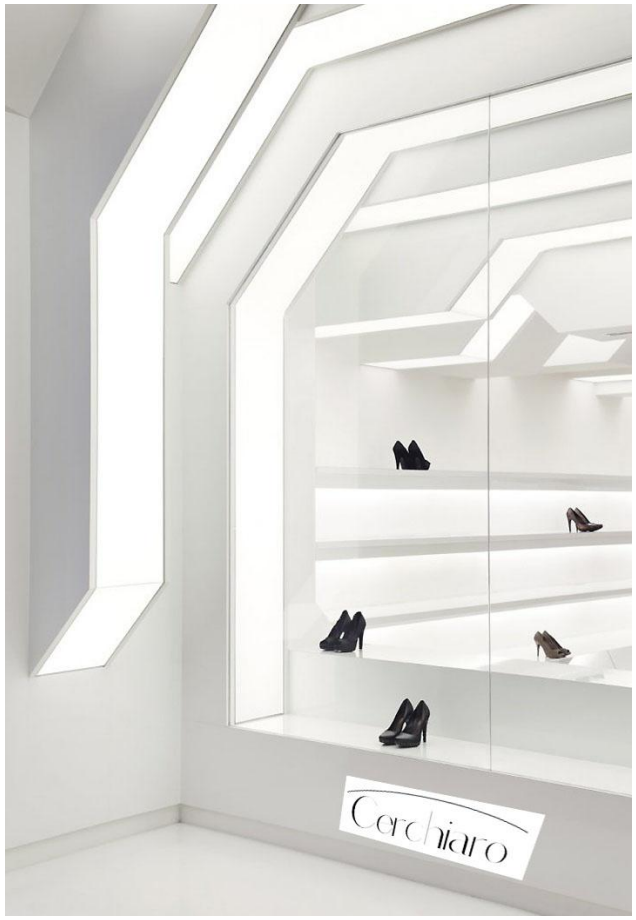

Cerchiaro

Imagen digital del producto estrella de la marca en la cual se enfocara el diseño de la exhibición

Creación de campaña publicitaria de la marca y el producto estrella

La publicidad de la marca será muy simple y no tan pronunciada pues se busca que la marca sea considerada como una marca de lujo .

Como publicidad y campaña, pautaremos en las revistas de la región y anuncios con vayas en la zona norte de la ciudad , anuncios en el mismo lugar donde se abrirá la tienda es decir, un cartel en el local donde estará la tienda alentando a los clientes a la espera y creando una expectativa de marca.

Cerchiaro

Cerchiaro

WE ARE READY BARRANQUILLA

FEEL CONFORTABLE

- Como expectativa de marca : vamos a hacer anuncios en revistas y en la ciudad alentando a la espera e intriga por la marca.

Estrategias de fidelización:

- 1. prestar un muy bien servicio al cliente, mantener una buena atención y relación con los clientes es muy importante, esto les proporcionara confianza y bienestar a la hora de comprar nuestros productos. Buscaremos que con la atención prestada se sientan tan bien que querrán volver.

- 2.proporcionar servicios post-ventas, brindar servicios después de la compra de garantía, limpieza y mantenimiento de los zapatos. Nuestros zapatos son de una alta calidad y totalmente exclusivos por eso hemos diseñado un servicio en el que los clientes pueden mantenerlos perfectos y limpios.

- 3. mantener una comunicación con los clientes, al realizar la compra pediremos sus datos personales para estar siempre en contacto con ellos manteniéndolos informados de las últimas colecciones, promociones y enviándoles postales en sus cumpleaños.

- 4. Tarjeta de puntos y beneficios , crearemos una tarjeta de puntos acumulables para nuestros fieles clientes donde podrán ganar muchos beneficios como ganar productos, descuentos o días de spa .

- 5. por ultimo ofreceremos zapatos de muy buena calidad , hechos muchos a mano y cuidando cada uno de los detalles y diseños buscando así que nos prefieran con relación a otras marcas.

Cerchiaro

Analizar las características y funciones de la gerencia comercial de la marca.

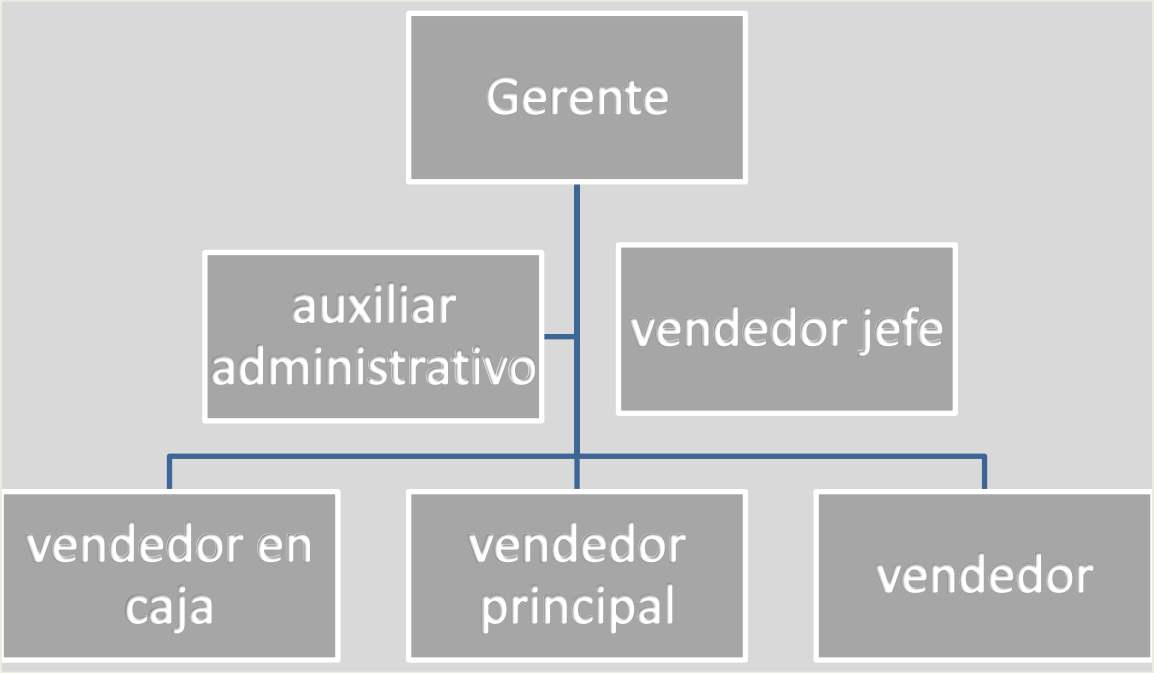
- **A. SELECCIONAR A LOS VENDEDORES**
- Para seleccionar a nuestros vendedores se harán las debidas entrevistas y del resultado de estas una selección del personal el cual debe tener un perfil emprendedor, optimista puntual ,seguro de si mismo, y con facilidad para comunicarse.

- Nuestros vendedores deben tener la facilidad para observar y por lo tanto una capacidad de reacción pues en su día a día, tendrá que adaptarse constantemente a las diferentes situaciones.

- Deben mantener siempre una buena imagen, llevar el uniforme correspondiente en buenas condiciones y de la forma adecuada.

- Nuestros vendedores deben mostrar un constante interés por la marca y la tienda aportando siempre sus ideas y además mantenerse al tanto de cada uno de las nuevas colecciones de la tienda.

• B.ORGANIZACION DE LOS VENDEDORES



1.Gerente de la tienda.

2.Auxiliar administrativo encargado de manejar la información de la empresa, gestionar la parte administrativa del personal, llevar la contabilidad, y estar a carga de la formación y orientación laboral.

3.El vendedor jefe, es aquel que se encarga de comunicar los objetivos, responsabilidades y metas que tienen por cumplir y orientar al resto de vendedores. Debe dar el ejemplo ya que es el ejemplo del resto de los vendedores también debe actuar en las situaciones inesperadas junto con los otros vendedores.

4.Vendedor caja, el vendedor caja es a aquel que se encarga de hacer el pago efectivo y dar la información acerca de garantías y beneficios por comprar en la tienda.

5.Vendedor principal, es aquel al que se debe recurrir en caso que el vendedor jefe no se encuentre.

6.Vendedor, es quien presta el servicio de comunicar y atender a los clientes.

C. seleccionar de acuerdo a formación personal

- Para todos los puestos es necesario ser mayor de 18 años.
- 1. El gerente indicado para la tienda es uno con experiencia en tiendas de ropa o de accesorios , con una actitud emprendedora y con una visión hacia el futuro. Debe poder mantener una perfecta comunicación en ingles ya que la empresa busca y mantiene negocios con el exterior.

- 2. Auxiliar administrativo, debe tener como requisito experiencia en tiendas de ropa o accesorios, con conocimiento de los aspectos legales y necesarios que debe tener una tienda como esta y conocimiento en contabilidad.

- 4. el vendedor jefe , debe tener experiencia mínima de 1 año, haber cursado el bachillerato y tener experiencia en tienda de accesorios o ropa , debe estar interesado por la moda y su constante cambio debe conocer bien el mercado y Capacitarse permanentemente en técnicas de ventas y nuevos medios de comunicación. Debe Conocer bien la empresa para la que trabaja, incluyendo su filosofía, sus objetivos, y sus procedimientos también Conocer a la competencia. Esto implica saber qué empresas comparten el mercado con la empresa que representa, qué tipo de productos ofrecen, qué segmentos de mercado atienden, y sobre todo cuáles son sus puntos débiles y cuáles los fuertes.

- 5. vendedor principal, debe tener de experiencia mínimo un año en tiendas de accesorios o ropa , haber cursado el bachillerato, manejar una buena comunicación, debe conocer muy bien el mercado y a la competencia, debe estar informado acerca de la marca, su producción y calidad.

- 6. vendedor, este vendedor puede no tener experiencia en tiendas de ropa o accesorios pero debe mostrar un gusto y total interés por la moda. Debe haber cursado el bachillerato, manejar una buena comunicación, conocer muy bien el mercado y a la competencia, debe estar informado acerca de la marca, su producción y calidad.

D.MOTIVAR Y SUPERVISAR EL RENDIMIENTO DEL EQUIPO

- **- Motivarlos:**
- 1. **Mantener un buen trato laboral** buscando así que perciban en el trabajo un clima laboral favorable, comunicativo y que potencia las relaciones sintiéndose mas integrados con la empresa, siendo más felices y, por tanto, tienen mejor productividad.
- 2. **Incentivarlos con beneficios o dinero**, reconocer siempre su trabajo y premiarlos por los logros alcanzados ya sean con bonificaciones, beneficios de descuentos o un pago extra en su salario.
- 3. **El reconocimiento del trabajo** las marca han de tener en cuenta el esfuerzo que hace cada persona en su puesto de trabajo, independientemente de la posición que ocupe, y es necesario recompensarlo de alguna manera.
- 4.**Colaboración en el trabajo** hacer que nuestros trabajadores sean partícipes de los problemas de la empresa, se deben otorgar tareas de responsabilidades y funciones. De esta forma, los trabajadores se sienten parte de la organización y son conscientes de que sus actuaciones son importantes y necesarias .

-Supervisión:

- La comunicación, ya que es la forma efectiva de expresa lo que se necesitas, informar lo mas claro posible , mientras más claro el liderazgo mejor.
- Definir el desempeño de los empleados y dar a conocer sus niveles esperados.
- Fijar como remediar cualquier situación, definir que hacer en el caso en el que su desempeño no sea el esperado.
- Para supervisar a los empleados se hará siempre un análisis de sus ventas y su comunicación con los empleados .

E. ASIGNACION DE ZONAS A LOS EJECUTIVOS DE VENTA

- Vendedor en caja, debe estar en la zona pago, siempre al frente y al mando de la caja de pago.
- vendedor Jefe, debe estar en la tienda igual que el resto de los vendedores supervisando al resto y atendiendo a los clientes.
- Todos los vendedores deben estar alrededor de la tienda brindado la atención y servicios a los clientes.

F.ESTABLECIMIENTO DE PRESUPUESTOS Y OBJETIVOS.

- Nuestros objetivos es crecer como una marca conocida por su calidad, comodidad y exclusivos diseños para los barranquilleros.
- Buscamos cada mes que nuestras ventas crezcan de una forma favorable.
- Buscamos prestar la mejor atención a nuestros clientes para crear un vínculo con ellos.
- Estar atentos y abiertos a las tendencias de la moda y necesidades de la sociedad, para responder en forma proactiva .
- Cubrir al máximo la demanda de nuestros clientes para brindar una satisfacción total

Presupuesto

INGRESO NETO MENSUAL	Precio de zapatos alrededor de los 250.000 x 160 ventas al mes aprox 40.000.000
GASTOS MENSUALES	Arriendo: 15.000.000 Servicios: 6.000.000 Pagos: 6.888.732
RESTA DE LOS GASTOS MENSUALES	40.000.000-15.000.000-6.000.000-6.888.732: 12.111.268.

G. SERVIR DE ENLACE CON OTROS JEFES E INFORMAR A LOS ALTOS DIRECTIVOS.

- Para esto la comunicación es lo principal, por eso el vendedor jefe deberá siempre estar atento a la información y sugerencias recibidas por el esto de los vendedores y hacer que esta sea conocida por el auxiliar administrativo y el gerente. El gerente es quien se encargara de informar a los directivos y dueños de la marca. Al momento de informar el gerente debe tomar nota de lo acordado y hablado para así no olvidar ningún detalle y poder llevar a cabo los nuevos planes o cambios.

H. SERVIR DE ELANCE CON LOS CLIENTES

- De esto se debe encargar el vendedor jefe , siempre debe estar atento a como llegar a nuestro clientes, que buscan y que esperan de nuestra marca para así crear un vinculo con ellos.
- Además debe estar atento a sus dudas y sugerencias tratar de solucionarlas de la mejor manera posible .
- Todas las nuevas ideas o sugerencias con respecto a la atención al cliente que tenga el vendedor jefe debe ser trasmitida al resto de los trabajadores para que todos trabajen en la misma sintonía.

I. MANTENER UN CONOCIMIENTO DE LOS PRODUCTOS DE LA COMPAÑÍA O LOS SERVICIOS.

- Nuestros vendedores deben estar al tanto de cada colección de la tienda . Deben conocer cada detalle , materiales y diseño . es muy importante que el vendedor le demuestre a los clientes que conoce del tema para poder generar confianza en ellos al momento de realizar la compra.
- Siempre que llegue una nueva colección se le dará la respectiva información a los vendedores de esta, la cual ellos deben estudiar y conocer a la perfección.

J. MANTENERSE A LA CORRIENTE DE LO QUE ESTA HACIENDO LA COMPETENCIA:

- Conocer a la competencia. Esto implica saber qué empresas comparten el mercado con la empresa que representa, qué tipo de productos ofrecen, qué segmentos de mercado atienden, y sobre todo cuáles son sus puntos débiles y cuáles los fuertes.
- Conocer todo esto es un trabajo conjunto entre el gerente y el vendedor jefe los cuales deben pensar e implementar las mejores estrategias teniendo en cuenta la información de la competencia.

WEB-GRAFIA

- https://es.wikipedia.org/wiki/Vendedor
- http://www.elblogsalmon.com/management/cinco-herramientas-esenciales-para-motivar-a-los-trabajadores
- http://psicologiayempresa.com/reglas-basicas-para-supervisar-al-personal.html
- http://www.accioneast.org/home/prestamos-para-pequenos-negocios/educacion-financiera/como-administrar-su-dinero/guia-sencilla-para-elaborar-un-presupuesto.aspx
- http://pymerang.com/ventas-y-servicio/ventas/carreras-en-ventas/131-perfil-de-un-buen-vendedor