

Plan de Marketing

Índice

- Análisis de la competencia. A continuación, deberán explicar cuál es su competencia directa e indirecta e identificar a los competidores de cada tipo y colocar sus productos.

nuestro análisis de la competencia es lo muy poca de reposterías, que hay en Santa Rita, y pues nuestra competencia son las reposterías y los precios que hay, en cada repostería, los precios son muy altos, y también que hemos trabajado sobre permisos de la Sada para vender nuestros productos y que la nueva tienda llamada antojitos atrae muchas las estudiantes.

- Estrategia competitiva. A continuación, deberán escoger cuál será su principal estrategia competitiva, esta puede ser ya sea su nicho de mercado, diferenciación o costos, deben escoger solo una de las tres y explicar cómo utilizarán la misma.

Queremos vender nuestros productos de alta calidad a nuestros clientes estudiante con un precio accesible la determinando con esta misión lo hacemos aprendiendo valores como trabajo en equipo y con optimismo, para planear y dirigir la investigación de mercado y registro de productos.



Ventaja competitiva: A continuación, explicar cuáles son los aspectos únicos del producto y/o servicios difíciles de copiar, sin embargo, estos no pueden ser basados en el precio.

Con la calidad de nuestros productos y
con nuestras recetas de sabor
y también mostrar que somos con
la sostenibilidad y nuestras técnicas
para desarrollar nuestros productos
planificar, desarrollar y promocionar
nuestras habilidades.

- Mezcla de marketing: A continuación, deberán explicar ampliamente la mezcla de marketing.

- Producto:

- Descripción:

Cupcakes de vainilla y chocolate
y galletas de chispas de
chocolate.

- Atributos. Cupcakes con glaseado
de vainilla y chocolate.

- Empaque.

Bolsas de cartón con el
sticker de nuestra marca.

▪ Presentaciones a la venta.

Vamos a crear una señal o
cartel para propagar nuestros
productos.

○ Precio:

▪ Análisis del precio de competidores del

mercado. Queremos promocionar
nuestros precios baratos y
absorbible para nuestros
productos de la venta.

▪ Estrategia de precio:

Queremos mantener un precio
de 500 hasta 1000.

▪ A quienes va dirigido:

Estudiantes, y eventos comunitarios

○ Plaza:

▪ Puntos de

venta A eventos comunitarios como
casas lugares publicos y estudiantes
de la feria.



- Logística. Con el empaque de nuestros productos queremos llegar al lugar del evento en bus.

○ Publicidad y promoción:

- Creación de páginas web o redes

sociales. Compartir nuestros productos en las redes sociales para atraer a los clientes.

- Brochures, banners, etc.

Vamos a crear un video promocional y señales para la feria de producto.

- Brindar los ejemplos visuales.

podemos brindar los stickers de nuestro empaque y también para promocionarlo en las redes sociales.

- Tipo de promociones que van a dar con el producto:

- 2 x 1.
- Regalías.
- Descuentos en ferias. Descuento para 2 galletas
- Etc. 0 2 cupcakes.