

ACTIVIDADES CLAVE

Una exposición de arte y cine no es un producto físico con posibilidad de que los usuarios lo añadan o lo descarten de sus compras. La exhibición que nosotros ofrecemos es totalmente distinta, ya que el cliente decide si le interesa visitar nuestras instalaciones o no.

Para iniciar este proyecto, lo primordial es formar un equipo humano encargado de idear y llevar a cabo todas las propuestas que se vayan presentando a lo largo de todo el proceso. Este personal consta de cuatro personas, cada una con una función diferente en cuanto a la puesta en marcha y desarrollo de nuestra empresa: Covadonga se ocupará de los negocios con sociedades que nos puedan proporcionar localizaciones; Ana será la responsable del diseño y la publicidad; Mario será el enlace directo con los proveedores que puedan facilitarnos los recursos técnicos que solicitemos; y Juan el encargado de las relaciones públicas y del contacto con los actores de las escenografías (dichos actores serán de la ESAD).

Dicho equipo ha de continuar con el siguiente paso: idear un nombre para la empresa y crear un logo acorde a esa idea. En nuestro caso, optamos por *Los Cuadros de Lumière*, debido a la relación directa entre el arte y el cine que ofrece la exposición; y por este motivo, el logo de la sociedad está formado por una cinta magnética insertada en un marco:



A continuación, lo recomendable será encontrar proveedores que nos suministren los recursos físicos necesarios en nuestra actividad empresarial. Por lo tanto, lo más importante en esta fase será contactar con diferentes compañías relacionadas con este sector, tales como *Decorados Moya* (para el montaje de la escenografía), *Coboprint Impresión Profesional* (para las impresiones de cuadros y entradas), *NUSSLI* (para construcciones temporales en caso de no tener una sala acorde a nuestros requisitos), *IKEA* (para los marcos de los cuadros) y cualquier ayuntamiento que nos pueda ceder espacios para nuestras representaciones.

Al mismo tiempo, será fundamental la cooperación empresarial, es decir, los socios que puedan colaborar con nuestra actividad. Algunos de ellos son: CIFP CISLAN (centro educativo de audiovisuales), RTPA (cadena televisiva asturiana), Metròpoli de Gijón (cesión de localizaciones y escenografías), FICX (Festival Internacional de Cine de Gijón, cesión de fotogramas), Yelmo Cines (publicidad y ofertas en las entradas por visitar nuestra exposición), ESAD (Escuela de Arte Dramático, cesión de actores) y ayuntamientos (localizaciones y publicidad). Todos ellos obtendrán publicidad a cambio de prestarnos esos servicios previamente mencionados.

Una vez llegados a este punto en el que ya contamos con recursos técnicos y humanos, debemos darnos a conocer a nuestros posibles clientes. Eso lo haremos a través de las redes sociales (Facebook, Instagram, correo electrónico y página web) con la intención de orientar la información publicitaria al tipo de persona que obtuvimos como resultado en la radiografía del cliente previamente realizada (alguien aficionado al cine). También tenemos un pacto con RTPA (en cuyo espacio publicitario nos harán un hueco a cambio de promocionar dicha cadena en nuestra exposición), aunque no solo contamos con métodos tecnológicos: hemos pensado en pegar carteles y repartir folletos por la calle.

El siguiente paso consiste en poner en marcha la empresa. Una de las partes que se deben llevar a cabo para completar este punto ya la tenemos decidida: las funciones que desempeñaremos cada uno de nosotros, es decir, el equipo humano del que hablamos en uno de los párrafos anteriores. La otra parte tiene que ver con los recursos físicos que podremos obtener gracias a la colaboración con los proveedores que también hemos descrito previamente. Tendremos que hacernos con los materiales necesarios para poner en marcha nuestra actividad, y algunos de ellos son: vestuario, marcos de madera, carteles, entradas, letreros, bastidores, muebles, atrezzo cinematográfico, etc. En cuanto contemos con todos estos bienes, sólo nos faltará montar la exposición y continuar con nuestros planes de captación.

En cuanto nuestro proyecto se ponga en marcha y comencemos a recibir las visitas de nuestros primeros clientes, será importante presentarles algunas ofertas para que repitan la experiencia. Todo ello formará parte de nuestra idea de fidelización, la cual consiste en cuatro propuestas que favorecen tanto al cliente como a la empresa: contacto directo por correo electrónico (información), días especiales (temática inusual dos veces al año), regalos (sorteo semanal) y tarjetas (al coleccionar seis, se obtendrá una entrada de cine gratuita).

Estas propuestas se ofrecen principalmente para hacer frente a toda la competencia de mercado con la que podremos toparnos día a día, tanto en nuestra provincia como en lo nacional: exposiciones audiovisuales y no audiovisuales, museos, cines, etc.

Finalmente, para controlar que todo el negocio funciona a la perfección y que todas las ideas aportadas van dando su fruto, hemos de realizar un seguimiento de todo el proceso, desde la asistencia del público hasta los costes del material.

Tras analizar todos estos pasos y darle a cada uno la importancia que merece, hemos llegado a la conclusión de que los tres puntos que más destacan entre todas las partes son la *cooperación empresarial (proveedores y socios)*, las *relaciones con el cliente (captación y fidelización)* y la *puesta en marcha* de la empresa.

En primer lugar, la búsqueda de *socios y proveedores* fue muy importante, ya que sin los materiales que necesitamos para llevar a cabo el proyecto y sin la publicidad y el apoyo con el que darnos a conocer a nuestros posibles clientes, habría sido mucho más difícil dar vida a la propuesta.

En segundo lugar, la *captación y la fidelización* también tiene un papel muy importante en la empresa. Sin clientes y sin ideas con las que convencerlos de volver a consumir nuestro producto, no tendríamos éxito.

Y en tercer lugar, la *puesta en marcha* de la exposición también la vemos muy relevante. En esta fase se deben llevar a cabo todas las ideas propuestas desde el inicio de la empresa, desde la elección del equipo humano hasta el seguimiento del negocio.

TIPOS

Hay tres formas de describir los tipos de actividades clave. En nuestro caso, destacamos en la solución de problemas al ofrecer a nuestros clientes cultura audiovisual y artística; y también tenemos una parte de producción al desarrollar la exposición.