

PROPOSICIÓN DE VALOR

Hoy en día el número de hombres que le dan importancia a su imagen e higiene va en aumento, pero el mercado de productos de higiene para hombres es un segmento de mercado aún en vías de desarrollo. Con nuestro proyecto pretendemos que los hombres tengan un acercamiento con nuestro comercio mediante técnicas de marketing para así darles a conocer más productos de higiene, es decir, pretendemos que los hombres comiencen a comprar en droguerías de manera habitual. Este proyecto constituye un avance en el mercado de las droguerías puesto que deseamos realizar una captación de un nuevo segmento de clientes de un tamaño considerable (hombres metrosexuales entre 17 y 35 años). La manera de captar este nuevo segmento de clientes es mediante técnicas de marketing como sorteos y sistemas de descuentos por puntos, de esta forma logramos un acercamiento a nuestros clientes además de ir plantando una semilla de fidelidad cliente-tienda. El precio de los productos que ofrecemos es más que competente y la calidad de estos no deja que desear, por lo que tener una relación cercana con los clientes podría marcar la diferencia.

Además de esto, pretendemos crear una página de Instagram que sea interactiva con los usuarios, es decir, que puedan preguntar sus dudas a sabiendas de que antes o después serán contestadas. Uno de los principales problemas que tienen los perfiles en redes sociales de marcas es que se sienten impersonales, tienes la sensación de estar mirando un canal constante de anuncios, por eso tienen poca visibilidad. Nuestra intención es hacer que la página sea un perfil al que la gente quiera seguir además de un canal para publicitarnos. Esto lo podemos hacer fácilmente con la incorporación de un CM joven que sepa qué es lo que la gente quiere y cómo quiere verlo. Detalles tan estúpidos como pedir fotos a los ganadores de los sorteos para posteriormente subirlos harán que nuestra página se sienta más personal que simplemente subir una foto de una colonia en un fondo blanco. Parece algo irrelevante, pero si queremos posicionarnos bien en las redes sociales, será crucial un contacto único con los clientes.

Más adelante, cuando la empresa vaya tomando pie y desarrollándose, abriremos más sedes por toda España pudiendo como objetivo final llegar a abrir alguna tienda en cada comunidad autónoma de España, pero nunca

franquiciarlas porque daremos la imagen de que nuestra empresa es propia y todas las tiendas las dirigen un mismo equipo directivo, porque pensamos que al fin o al cabo en las franquicias se pierde la idea e imagen principal de la empresa.

Principalmente en nuestras tiendas venderemos nuestra marca y productos desarrollados por nosotros, aunque no nos cerraremos a tener las principales marcas del mercado.