

PROPOSICIÓN DE VALOR

En nuestra empresa el cliente tiene un papel (esencial) muy importante, ya que, sin él sería imposible crecer. Para ello tenemos que destinarles una propuesta de valor capaz de cubrir todas sus necesidades.

Nuestra propuesta de valor está totalmente abierta en su totalidad; al boxeo y usuarios por eso queremos llevar a otro nivel nuestra atención al cliente, para todo tipo de consultas y problemas sobre nuestro producto. Nuestros guantes se centrarán en ayudar en el boxeo ,ya que, se necesita mucha capacidad física o gente que quiere mejorar de forma y le cuesta mucho por su “movilidad reducida” dicho con otras palabras; Suda mucho y nota que no vale para eso.

Tenemos hecha un propuesta de valor que es para todos los públicos, pero dentro de esa propuesta de valor hay diferentes calidades; La gama alta estaría hecho de un tipo de material superior, que afecta a los usos de nuestros guantes y por otra parte el diseño de estos también cambiarían para diferenciarse de la gama estándar. Queremos ofrecer un suplemento de calidad y diseño para los que quieren invertir más en nuestro producto. En características técnicas unos guantes de gama estándar, se le pueden dar entre 550-700 usos mientras que una producto de gama alta triplica el uso entre 1500-2100 usos.

Las necesidades que van a cumplir son claras y muy solicitadas; por una parte van a beneficiar a un sector del deporte de élite ,ya que, la mayoría adquiriría la gama alta y luego los deportistas rutinarios. En ellos se basa nuestro negocio ,ya que, según unos estudios realizados, la mayoría de compras las harían ellos

El aspecto que queremos dar es de una empresa seria, formal, profesional y de lujo aunque tampoco destaquemos por precios muy desorbitados.

ANÁLISIS DAFO

Debilidades: La inexistencia inadecuada de planificación estratégica, también recursos económicos y financieros que resulten limitados para su desempeño. Poca inversión en investigación de mercado. Poca diversificación en sus líneas y gamas de productos. En conclusión; los defectos o carencias que se interponen en la consecución de los objetivos de la empresa

Amenazas: Una gran amenaza son las grandes empresas que no dejan crecer a los pequeños negocios. Por eso antes de lanzar nuestro producto tendríamos que hacer buen uso del marketing y estar seguros de tener poco riesgo.

Fortaleza: Idea revolucionaria y buena gestión. Tenemos gente que quiere invertir y ayudarnos. También marcas que nos patrocinan

Oportunidades: Si aprovechamos bien la oportunidad, podríamos formar una empresa grande y ser parte de los grandes antes de que la competencia salga.

