



REFLECTING FUTURE

El futuro en un vistazo

-
Marta de la Hera
Carolina González
Guillermo Muñoz
-

ACTIVIDADES CLAVE

La actividad principal de *Reflecting Future* se basa en la fabricación, distribución e instalación de espejos interactivos, destinados a tiendas minoristas de moda. Atendiendo a esto, se dividirán las actividades clave en tres grupos: **actividades relacionadas a la producción** (en la que se incluye la investigación y desarrollo), **actividades que den soluciones a las necesidades y problemas de los clientes** (servicios al cliente); y **actividades de marketing**.

- Actividades de producción:

- **Selección del diseño adecuado para nuestro producto**, de esta forma resultará más atractivo a los clientes potenciales.
- **Selección del proceso de producción**. Al ser un producto complejo y de nueva fabricación, deberemos tener especial cuidado a la hora de establecer un proceso de producción, intentando siempre realizar esta de la forma más eficiente posible.
- **Control de calidad y costes**. El alto precio del producto deberá ir ligado a una calidad óptima y una reducción de costes para la empresa que le permita obtener el máximo beneficio posible.
- **Innovación**. El equipo de I+D+i deberá vigilar las posibles tendencias que estén relacionadas con nuestro producto y aprovecharlas, de esta forma la empresa obtendrá una gran ventaja competitiva.

- Servicios al cliente:

- **Asistencia en las ventas**. Al ser un producto tan novedoso la empresa deberá educar a sus clientes sobre las propuestas de valor que ofrece el producto para que este aumente las ventas realizadas.
- **Servicio postventa**. Debido a la complejidad y precio del producto la empresa deberá ofrecer una garantía a sus clientes y diversos servicios postventa como puede ser el servicio técnico en caso de avería o instalación.
- Comunicación con los clientes

- Actividades de marketing:

- **Investigación de mercado**. Se realizará una investigación que nos permita saber a qué mercados específicos y clientes nos deberemos de dirigir.
- **Estrategia**. Se definirá una estrategia de marketing que nos permita llegar al mayor número de clientes posibles y aumentar las ventas del producto.
- **Apoyo a las ventas**. Se realizarán diferentes actividades que ayuden a aumentar el número de productos vendidos. Algunas de estas podrían ser eventos o conferencias donde se muestre el funcionamiento del producto y sus características técnicas.