

Actividades Clave



NATALIA FERNÁNDEZ, MARIO HERNÁNDEZ, GABRIEL HERNÁNDEZ, ROBERTO VELA



7

Actividades Clave

ACTIVIDADES CLAVE

En el presente módulo se indican las acciones más importantes que debe emprender la empresa con la finalidad de que su modelo de negocio funcione.



ACTIVIDADES CLAVE

Gestión contenidos: debemos gestionar adecuadamente todas las redes sociales de nuestros clientes para obtener resultados y poder seguir con las relaciones comerciales con los clientes.

Gestión comercial: otra parte esencial de nuestra empresa es la cercanía que tienen los comerciales con los clientes que hará que estos nos contraten y tengamos una relación de fidelidad.

Publicidad: necesitamos una buena publicidad para así captar clientes más alejados de nuestro centro de acción y dar visibilidad de las empresas que llevamos para obtener mejores resultados.



Gestión comercial:

Otra parte esencial de nuestra empresa es la cercanía entre los comerciantes y clientes, esto hará que se establezca una relación de confianza y así conseguiremos que nos contraten.

Esta relación de fidelidad se cumple ya que los clientes conocen a la perfección nuestros servicios y resultados, además el constante contacto entre nosotros les pone al corriente de cualquier movimiento.

Sin una buena venta de los comerciales, apenas conseguiríamos clientes ya que las empresas locales apenas están formadas en el marketing y no conocen sus recursos y resultados.



MARKETING EN LAS PYMES

El marketing digital, un desconocido para la mitad de las pymes españolas

La penetración de las tecnologías de la información en todos los segmentos de la sociedad ha crecido de forma exponencial en los últimos años. También lo ha hecho en el caso de las pymes, que cada vez apuestan más por la modernización tecnológica y por Internet no ya solo como una vía de crecimiento sino de supervivencia en el mercado. No obstante, aún quedan aspectos por mejorar, como pone de manifiesto un estudio elaborado por la firma Plenummedia, en concreto en lo que respecta a la estrategia de marketing en Internet de la que muchas de las pymes carecen.



Tras informarnos sobre la relación de las pymes con las redes sociales hemos detectado que existe una necesidad de mercado.

Las tecnologías han ido avanzando a gran velocidad, por lo cual en las empresas se han vuelto vitales.

En las pequeñas y medianas empresas no existe esa cualificación, ya que suelen estar compuestas por un empresario individual o con pocos trabajadores, sin apenas conocimientos en el marketing digital.

Tras hacer un estudio nos hemos dado cuenta de que es una oportunidad de mercado ya que hay una cantidad muy grande de empresas que lo necesitan

Publicidad:

Nuestra empresa es innovadora para los comercios locales y somos nuevos en el mundo laboral, por lo que es indispensable que nos demos a conocer a los clientes que puedan requerir de nuestros servicios.

En nuestro caso hemos optado por promocionarse mediante las redes sociales ya que es nuestro principal punto fuerte y en lo que estamos especializados

Por otra parte, para alcanzar a más empresarios, sobre todo los que no utilizan las redes sociales, vamos a invertir en una campaña publicitaria en la radio provincial (Cadena Dial).

