

ALIANZAS CLAVE



- 1. Fabricantes
 - Ribel Ideas: Producción de bolígrafos personalizados y de calidad.
- 2. Proveedores:
 - Diamond Dispersions: Tintas de alta calidad para personalización.
 - Firmenich y Givaudan: Líderes en la creación de fragancias exclusivas y personalizadas.
- 3. Empresas de Embalaje:
 - DS Smith: Embalaje sostenible y atractivo para el producto final.
- 4. Distribución y Alianzas:
 - Tiendas de perfumería de lujo y puntos de venta online (incluida nuestra web).
- 5. Importancia:
 - Aseguran materiales de calidad y sostenibles.
 - Optimizan costos de producción.
 - Incrementan la visibilidad y prestigio de la marca.

ACTIVIDADES CLAVE



- 1. Diseño y Desarrollo del Producto: Crear prototipos funcionales y seguros; investigar materiales adecuados; colaborar con perfumistas para fragancias unisex y modernas.
- 2. Producción y Logística: Fabricación con socios estratégicos, control de calidad, diseño de empaques atractivos y gestión eficiente del inventario.
- 3. Marketing y Ventas: Identificar público objetivo, diseñar campañas digitales y establecer canales de venta online y físicos.
- 4. Innovación Continua: Mejorar el producto basado en feedback y lanzar ediciones especiales.
- 5. Atención al Cliente: Ofrecer soporte postventa, garantías y manejo de reclamaciones.
- 6. Cumplimiento Normativo: Asegurar estándares legales y gestionar la viabilidad financiera del negocio.

RECURSOS CLAVES



- 1. Captar clientes:
Promociones iniciales: Descuentos y muestras gratis.
Marketing digital: Redes sociales, influencers y talleres experienciales.
- 2. Mantener clientes:
Fidelización: Programas de puntos, contenido exclusivo, y atención personalizada.
Comunicación: Correos personalizados con novedades y promociones.
- 3. Hacer crecer clientes:
Recomendaciones personalizadas: Basadas en historial de compras.
Ediciones limitadas y combos especiales: Ofertas exclusivas para fomentar compras adicionales.
- 4. Interacción cliente:
Premium: Prefieren trato personalizado y asesoramiento directo.
Estándar: Prefieren autoservicio rápido y filtros online.
- 5. Fidelización:
Descuentos progresivos, acceso exclusivo a lanzamientos y guías útiles sobre fragancias.

PROPUESTA DE VALOR



- Bolígrafo con colonia portátil: práctico y elegante.
- Compartimento recargable: reduce el desperdicio.
- Fragancias personalizables para cada estilo.
- ¿Por qué BOLÍ X PERFUME?
- Combina funcionalidad y estilo.
- Ahorra espacio reduces el desorden en tu día a día y reciclas .
- Refrescante, práctico y sostenible.
- BOLÍ X PERFUME: Tu aliado
- Diario con un toque de frescura

RELACIONES CON CLIENTES



Atencion al cliente personalizada(bolis con sus nombres)
Relación de Autoservicio :Los clientes pueden realizar pedidos y obtener información directamente desde plataformas digitales sin necesidad de intervención humana.

CANALES DE VENTA



Oline(web,app,perfiles sociales)
Canales físicos: Dirección: Gran vía calle de Don Diego Lopez de Haro, 30, Abando, 48009, Bilbao

Tiendas s en aeropuerto A-4, Km. 532, Salidas aeropuerto, Planta 1, 41020 Bilbao

SEGMENTO DE CLIENTE



Resumen: Definición del cliente objetivo y segmentación del mercado para Foxvi.

1. Cliente objetivo:
Dirigido a personas con alto poder adquisitivo, especialmente empresarios, profesionales de oficina y consumidores que valoran la exclusividad.

2. Segmentos de clientes para perfumes:

- Estilo de vida:
Personas con alto poder adquisitivo: Prefieren bolígrafos de perfume duraderos y exclusivos.
Jóvenes activos: Buscan opciones accesibles y energéticas.
- Comportamiento:
Consumidores frecuentes: Compran regularmente o al lanzarse novedades.
Ocasionales: Compran para uso específico o como regalo.
- Sensibilidad al precio:
Premium: Valoran exclusividad sin escatimar en precio.
Ahorro: Optan por calidad a precio razonable.

Beneficios buscados: Larga duración, personalización, y diseño atractivo.

3. Justificación de no segmentar (si aplica):
Oferta genérica (un solo perfume unisex).
Mercado pequeño con preferencias homogéneas.
Falta de análisis previo.

FUENTE DE INGRESO



Cómo generamos ingresos:
Ventas brutas de productos y servicios (Ventas netas proyectadas para los primeros 3 años: 5.124.668 €, 10.373.916 €, 10.174.271 €).
Beneficios: 366.598,40 € 5.065.204,80 € 4.549.679,20 €

ESTRUCTURAS DE COSTE



Costes fijos: Alquiler (300.000 €/año), sueldos (200.000 €/año), publicidad (1.000.000 €/año), seguros y servicios.

Costes variables: Producción, comisiones por ventas, viajes.

Total de gastos proyectados de explotación: 3.884.500 € (Año 1), 2.884.500 € (Año 2 y 3).