#### **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 prestigio de la marca.

#### ACTIVIDADES CLAVE



- Diseño y Desarrollo del Producto: Crear prototipos funcionales y seguros; investigar materiales adecuados; colaborar con perfumistas para fragancias unisex y modernas.
- Producción y Logística: Fabricación con socios estratégicos, control de calidad, diseño de empaques atractivos y gestión eficiente del inventario.
- Marketing y Ventas: Identificar público objetivo, diseñar campañas digitales y establecer canales de venta online y físicos.
- 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.
- 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 atenciór

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

portátil: práctico y

elegante.

Compartimento recargable:

reduce el desperdicio.

para cada estilo.

• Fragancias personalizables

¿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



- Bolígrafo con colonia

  Atenci
  - Atencion al cliente
    personalizada(bolis con sus
    nombres)
    Relación de Autoservicio : los

**RELACIONES CON** 

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.

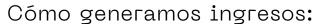
3. Justificación de no segmentar (si aplica):

Oferta genérica (un solo perfume unisex).

Mercado pequeño con preferencias homogéneas.

Falta de análisis previo.

### **FUENTE DE INGRESO**



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 v 3).

DESIGNED BY : FOXVY Date :17/11/2024 Version: FINAL