



En este caso, cabe diferenciar las actividades clave de la empresa en tres bloques: en primer lugar, la producción y comercialización del producto; en segundo lugar, la resolución de problemas e incidencias; y, por último, la gestión del personal cualificado.

La producción comenzaría con su elaboración en un país extranjero; a continuación, se importaría a nuestro país para su posterior empaquetado y distribución a los diferentes talleres de todas las comunidades autónomas y, desde ahí, se procedería a la comercialización entre taller y clientes.

Cualquier incidencia que pueda surgir en este proceso de producción y comercialización se resolverá mediante el servicio de atención al cliente, el cual estará disponible las 24 horas del día, ofreciendo así una solución rápida y eficaz. En el caso de que el cliente perjudicado no quede satisfecho con la resolución, se le reembolsará el importe, una vez haya devuelto el producto al taller en el que se realizó la compra.

Por otro lado, cabría hablar sobre la actividad de marketing, orientada a la captación de clientes mediante la vinculación del producto con sus necesidades. En este caso, se intentará llegar a los clientes a través de las redes sociales, contratando a influencers para promocionar el producto, además de lanzar campañas publicitarias.

Un aspecto a tener en cuenta sería la posibilidad de realizar una entrevista con la DGT, para así poder promocionar nuestro producto; posteriormente eso dará viabilidad a que nuestro producto sea reconocido y conseguir mayor cantidad de clientes potenciales.