

6. Plan de marketing

El plan de marketing del presente proyecto tiene como objetivo establecer la estrategia de lanzamiento dirigido a estudiantes, utilizando un local físico como punto principal de venta. Para posteriormente introducirlo en el mercado local, generar visibilidad y comprobar su aceptación durante los primeros meses.

6.1. Tipo de publicidad

Entre los muchos tipos de publicidad de la empresa, se ha optado por promocionarse mediante las redes sociales, siendo estas muy útiles y además pudiendo llegar a abarcar a más público que pudiendo ser futuros clientes, y también la empresa se promocionará repartiendo folletos en ciertos puntos clave como colegios, bibliotecas, entre otros.

6.2. Las cuatro P's

Producto: este contendrá las características calidad y diseño de dicho producto. En este caso se ofrece una libreta de calidad para ayudar a jóvenes y niños a aprender mezclando lo físico con lo digital, teniendo un diseño atractivo a la vista, con varios colores y con su propia mascota.

Precio: El producto tendrá un precio de 7€, asequible para mucha gente ofreciendo calidad.

Plaza o distribución: Esta empresa estará ubicada en una tienda física cerca de colegios donde el público elegido tendrá mayor acceso a encontrar el producto.

Promoción: La publicidad irá dirigida a las redes sociales donde el público podrá conocer el producto con más facilidad.

6.2. Tipo de marketing

Dentro de los muchos tipos de marketing el mas adecuado para esta empresa será el marketing digital, dirigiendo la publicidad a las redes sociales, mostrando lo que ofrece el producto y sus funciones.

6.3. Presupuesto

El presupuesto para la campaña publicitaria será de 1.600€ anuales, para poder ofrecer una buena publicidad y de esta forma promocionar la empresa y captar a futuros compradores.