

EMBARGOS A LO BESTIA

ESTRATEGIA Y PLAN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

OBJETIVO: EXPANSIÓN NACIONAL

- Presupuesto máximo campaña: 20.000 €
- Premio al mejor proyecto:
 - Dotación económica: 750 €
 - Posibilidad de incorporación al proyecto
- Plazo de entrega:
 - Envío de propuesta: 1 de marzo de 2017
- Contacto:
 - ignaciomartinez@embargosalobestia.com
 - itm@ucam.edu

Descripción de la empresa

Embargos a lo bestia es un nuevo concepto de tienda 'de gran selección', que destaca por ofrecer al cliente una amplia variedad de artículos nuevos y liquidaciones; desde conjuntos de comedor, estanterías, sofás, sillones, colchones, conjuntos de habitación infantil, conjuntos de cuarto de baño, mobiliario de jardín, hasta artículos de tecnología, **a precios realmente atractivos y, en ocasiones, agresivos para el comprador.**

El proyecto, puesto en marcha en el año 2014, inició su andadura con la apertura de numerosas tiendas en diferentes puntos de la Región de Murcia: Alhama de Murcia, Lorca, Cartagena, Bullas y Orihuela. Debido al éxito de las mismas, se plantea desde la dirección de la compañía su **expansión a nivel nacional.**

El formato de estas tiendas destaca por ser naves industriales perfectamente identificadas; color corporativo rojo y en el interior un almacén sin grandes lujos pero con inmejorables precios, lo que facilita la **fidelización de clientes.**

El principal motor de estas tiendas es la compra inmediata o compra compulsiva de los artículos en exposición. Esto se fundamenta, principalmente, en la gran rotación del surtido expuesto, y variedad del mismo. El surtido cambia muy rápido y el artículo que estamos viendo, es muy probable que no esté disponible la próxima vez que volvamos a visitar la tienda.

Objetivo de la empresa

El objetivo principal de la compañía es lograr ser los más competitivos del mercado, **posicionándose en la mente del consumidor como el 'Primark' del hogar.**

Público objetivo

El cliente es lo más importante.

Embargos a lo Bestia, además de trabajar por ofrecer precios asequibles en productos funcionales, busca aumentar y fortalecer el vínculo emocional que mantiene con sus clientes, tratando de identificar en todo momento lo que piensan y sienten.

¿A quién nos dirigimos?

- Buscador de 'oportunidades'
- Personas en busca de equipamiento para hogares, segundas residencias, etc.
- Cualquier persona deseosa de compra.

A continuación se despliegan las ciudades que más se adecúan al modelo de negocio de Embargos a lo Bestia. Posibles objetivos para la expansión.

- Murcia ciudad
- Valencia

- Albacete
- Granada
- Córdoba
- Sevilla
- Málaga
- Madrid

- Barcelona

Comunicación/marketing

Las redes sociales y las nuevas formas de interactuar de los nuevos consumidores son otro de los factores clave de este negocio. Gran parte de las acciones de comunicación y/o marketing desplegadas desde la empresa se realizan a través de la plataforma **Facebook**.

*Acciones a tener en cuenta:

- ❖ Suscripciones a email
- ❖ Descuentos y promociones vía mailing (newsletter) ¿CRM? - campañas personalizadas
- ❖ Publicidad en Youtube
- ❖ Especial *Black friday*

Objetivos que persigue la estrategia de marketing y comunicación a nivel nacional:

- 'Asentar' la marca
- Incrementar la presencia de la marca en el territorio de implantación
- Incrementar el número de clientes
- Mejorar la experiencia de compra de los clientes (fidelizar)
- Incrementar las ventas
- Incrementar el alcance de las comunicaciones (ofertas, promociones)
- ...etc