

Proyecto De Grado

Oklahoma Store

Geraldine Stefanny Sánchez Ruiz

Angie Stefania Vásquez Hoyos

Duban Arley Castillo Galindo

Corporación Unificada De Educación Superior CUN

Opción De Grado I

Bogotá

2017

Opción de grado I

Creación de empresa

Geraldine Stefanny Sánchez Ruiz

Angie Stefania Vásquez Hoyos

Duban Arley Castillo Galindo

Tutor

Andrés Ruge

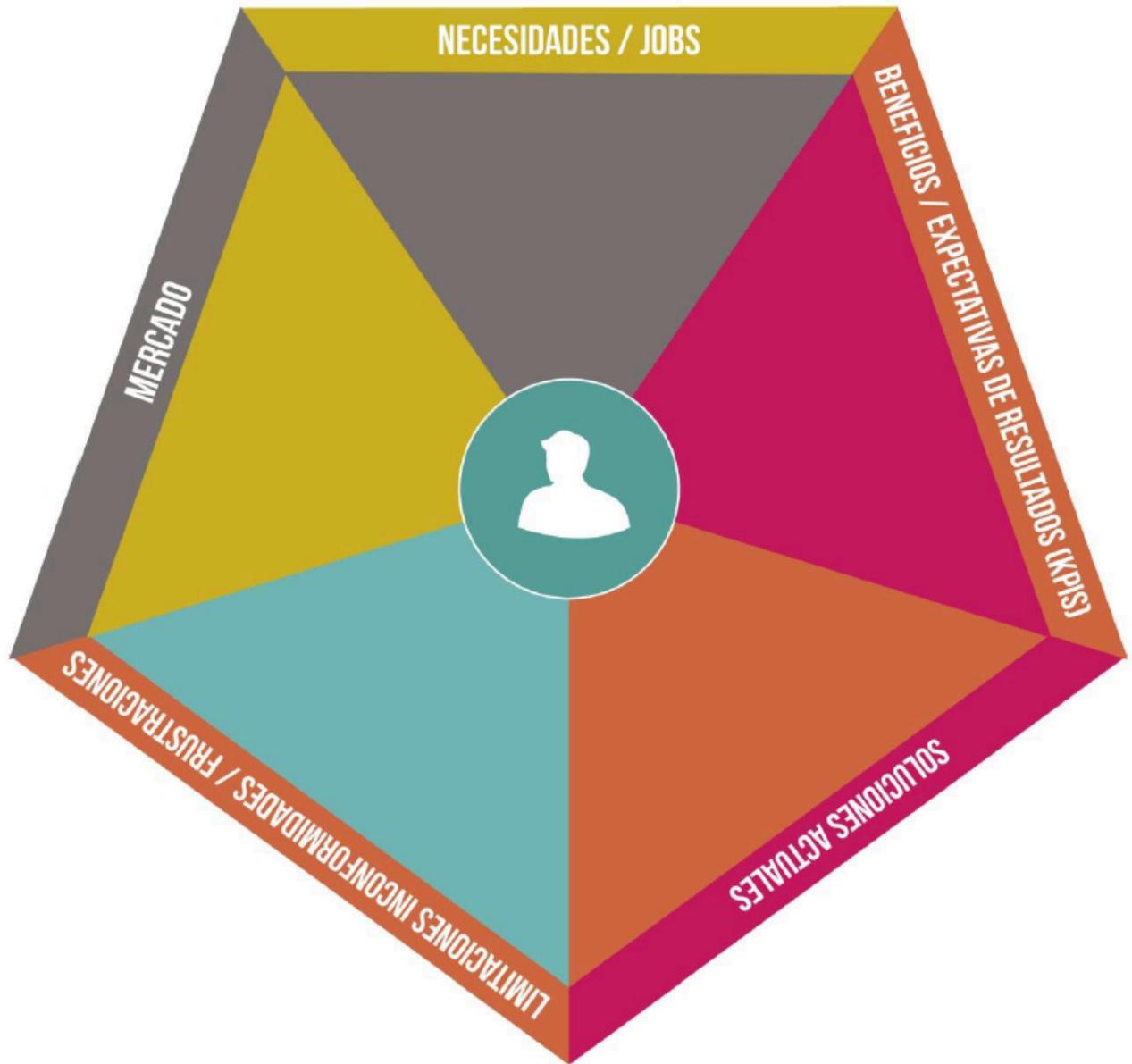
Corporación unificada de estudio superior CUN

Opción de grado I

Bogotá D.C.

2017

# Customer Development



## Contenido

Introducción.....	5
Objetivo De La Metodología.....	6
Aplicación De La Metodología.....	6
¿Qué Necesidad Vamos A Resolver Con Nuestro Producto?.....	7
Identificación De Beneficios Y Expectativas De Resultado Kpis.....	8
Identificación De Beneficios Y Expectativas De Resultado .....	9
Beneficios De La Tienda On Line.....	10
Imagen De La Tienda On Line.....	9
Beneficios De Diseños Propios De La Marca.....	10
Distribución Del Producto.....	11 Y 12
Indicador De Gestión.....	12
Soluciones Actuales.....	15
Que Se Utiliza Actualmente.....	16
En Donde Se Compra.....	16
Cuanto Se Está Pagando.....	17
Como Hacer El Producto.....	17
Inconformidades Actuales.....	18
Frustraciones Actuales Del Producto.....	19
Conclusiones.....	20
Fuentes De Información.....	21

## **Introducción**

Actualmente es importante identificar el segmento de mercado al cual se ofrecerá el producto o servicio que se crea.

La metodología Customer Development le ayudará al emprendedor a identificar el perfil de los clientes que estarán dispuestos a comprar el producto o disfrutar del servicio que se ofrece, igualmente le apoyará en la generación de estrategias para llegar a ese segmento de mercado de acuerdo a los resultados que le arroje la entrevista realizada a esos posibles clientes.

La información que se obtiene de estas entrevistas es más cualitativa, gustos y preferencias de esos posibles clientes que están cansados en recibir productos o servicios que no les brindan lo suficiente. Estas son oportunidades de negocio para el emprendedor.

Con esta metodología también pueden validar de manera temprana si el producto o servicio a ofrecer será adoptado entre ese posible segmento de mercado. 5

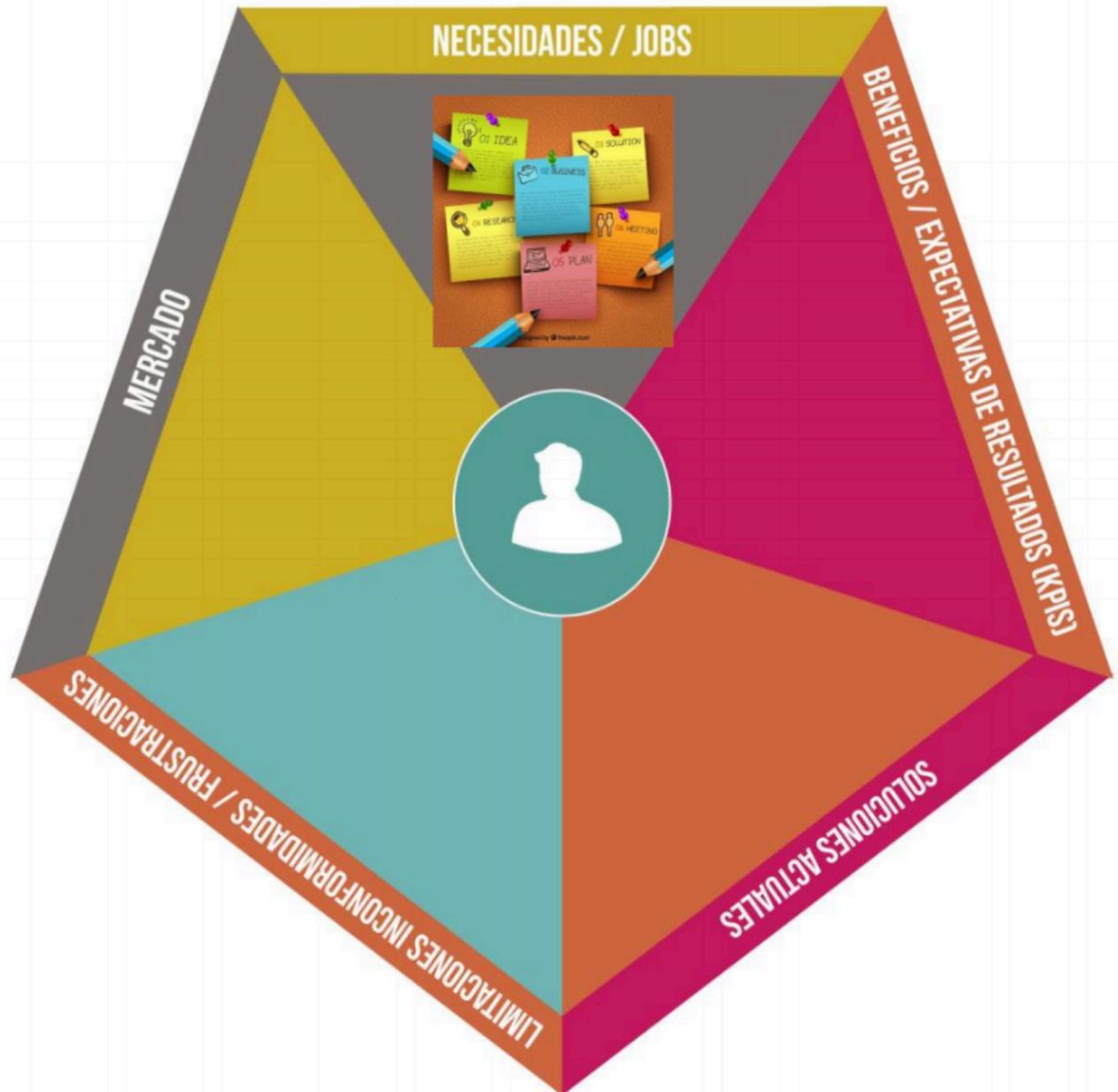
## **1. Objetivo De La Metodología**

Identificar de forma temprana la viabilidad de oportunidades de negocio en un segmento seleccionado para suplir una necesidad o mejorar la forma de atenderla.

## **2. Aplicación De La Metodología**

Iniciaremos determinando como identificar oportunidades de mercado dentro del entorno en que nos movemos diariamente. Customer Development es un método de identificación temprana de oportunidades de un negocio, conformado por módulos, los cuales a través de hipótesis, permiten al usuario la identificación de variables que una vez conjugadas dejan identificar la viabilidad operativa de una idea de negocio.

## ¿Qué Necesidad Vamos A Resolver Con Nuestro Producto?



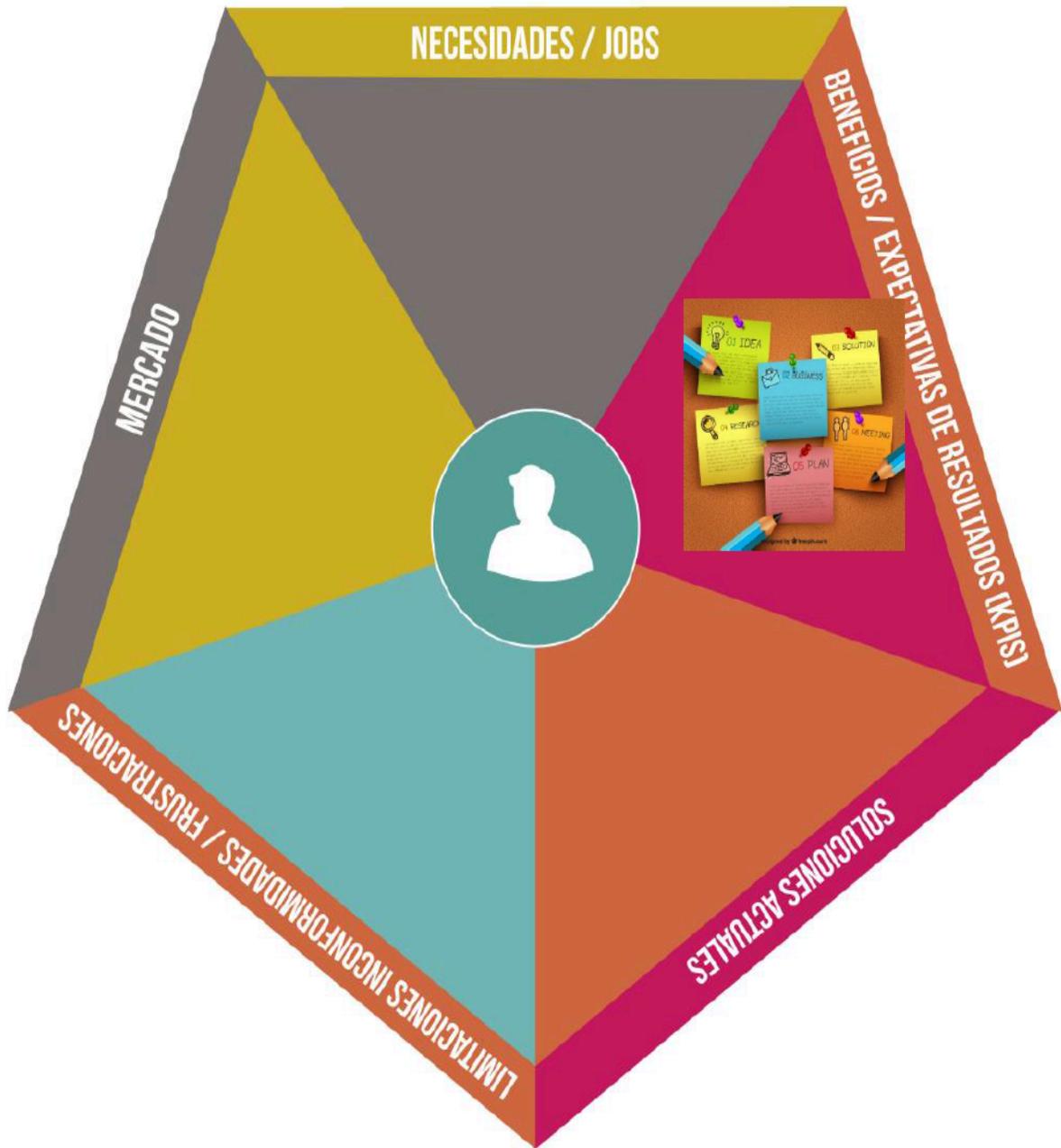
Nuestro producto parte de las necesidades fisiológicas, el cual se integra en la cultura humana, dejando claro que la moda no es una condición de la existencia. La vestimenta, por otro lado, si lo sería.

La satisfacción de esta necesidad, o lo que es más exacto, la manera de satisfacerla ha desviado la atención hacia el cumplimiento de otras necesidades como aspectos de la personalidad, las creencias, algún patrón cultural, entre otras.

el saber vestir es muy importante para la presencia en una persona, o sea que es muy importante en la vida cotidiana. En el momento de la compra, el cliente se fija en la comodidad, en la calidad, en las tendencias, que represente su cultura y por supuesto en la gran mayoría de veces en el precio influye en la toma de decisiones.



## Identificación De Beneficios Y Expectativas De Resultado



## Beneficios de nuestro producto Oklahoma Store Tienda Online:



- Economía y poca inversión.
- Mayor visibilidad por parte de los posibles compradores.
- Accesibilidad de 24 horas al día.
- Menos costos de desplazamiento para el consumidor.
- Impulso para las ventas ya que se puede vender productos en cualquier momento.
- Bajo costo en publicidad.
- Llegar a nuevos mercados, con una audiencia global.
- Presentar una imagen profesional, creíble y amigable al consumidor
- Se puede ofrecer un buen servicio al cliente ya que se realizaría todo el proceso de la venta vía web.
- Se proporciona fácilmente una descripción detallada del producto, costos e imágenes.
- Promoción del servicio vía web ya que millones de usuarios usan a diario internet.

- Asesoramiento gratuito para sus clientes sobre los servicios y productos que su compañía ofrece.



### **Beneficios Oklahoma Store, Diseños Propios De La Marca.**

- Producto 100% nacional
- Excelente calidad
- Precios adsequibles para el consumidor.
- Manejo de materia prima nacional y extranjera.
- Variedad y exclusividad de diseños
- Personalización de diseños.
- Manejo de prendas para ambos generos, en todas las tallas.
- Diseñador profesional que se encargara de asesorar y diseñar las prendas.

### **Distribución Del Producto**

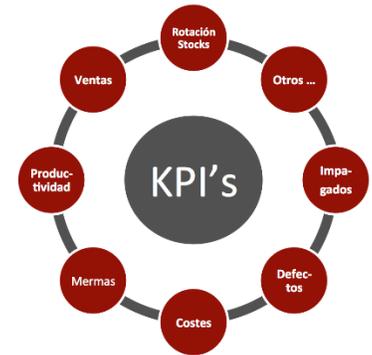


B2B (*Business to business: Empresa a empresa*): es un acrónimo con el que nos acogeremos para este modelo de negocio en los que las transacciones de bienes se producen entre dos

empresas. B2B se refiere a la expresión *business to business*, es decir, de negocio a negocio y se relaciona principalmente con el comercio mayorista.

Algunas de las ventajas que aportara el modelo del business-to-business para nuestra empresa son:

- Rapidez y seguridad de las comunicaciones.
- Integración directa de los datos de la transacción en los sistemas informáticos de la empresa.
- Posibilidad de recibir mayor número de ofertas o demandas, ampliando la competencia.
- Despersonalización de la compra con lo que se evitan posibles tratos de favor.
- Abaratamiento del proceso: menos visitas comerciales, proceso de negociación más rápido, etc. Por tanto, los compradores pueden pedir una reducción de precios en virtud del menor coste de gestión, o los vendedores incrementar su margen comercial.



## **Indicador De Gestión**

KPI'S: (Key Performance Indicator: indicador clave de desempeño o indicadores de gestión):

Los KPI'S son métricas que nos ayudan a identificar el rendimiento de una determinada acción o estrategia. Estas unidades de medida nos indicaran nuestro nivel de desempeño en base a los objetivos que hemos fijado para nuestro proyecto con anterioridad.

En un entorno tan cambiante como es el actual, es necesario comparar periódicamente los resultados que estamos obteniendo con los objetivos fijados. Esto nos permitirá averiguar si vamos por buen camino o si existen desviaciones negativas. Si no estamos obteniendo los resultados esperados, los KPI'S nos permitirán darnos cuenta y poder reaccionar a tiempo.

### **Algunas De Las Ventajas Que Aportara El Modelo:**

**-Medible:** Los KPI'S son métricas, por tanto su principal característica es que son medibles en unidades.

**-Cuantificable:** si se puede medir, se puede cuantificar en unidades monetaria las cuantificaríamos o también existen muchos indicadores de gestión que se miden en porcentaje.

**-Específico:** se debe centrar en un único aspecto a medir, hemos de ser concretos.

**-Temporal:** debe poder medirse en el tiempo. Es decir que podemos medir a diario, de forma semanal, mensual o anual.

**-Relevante:** el propio término hace referencia a esta característica “indicadores clave de gestión”. Únicamente sirven aquellos factores que sean relevantes para nuestro proyecto.

### **Para Nuestro Proyecto Utilizaremos:**

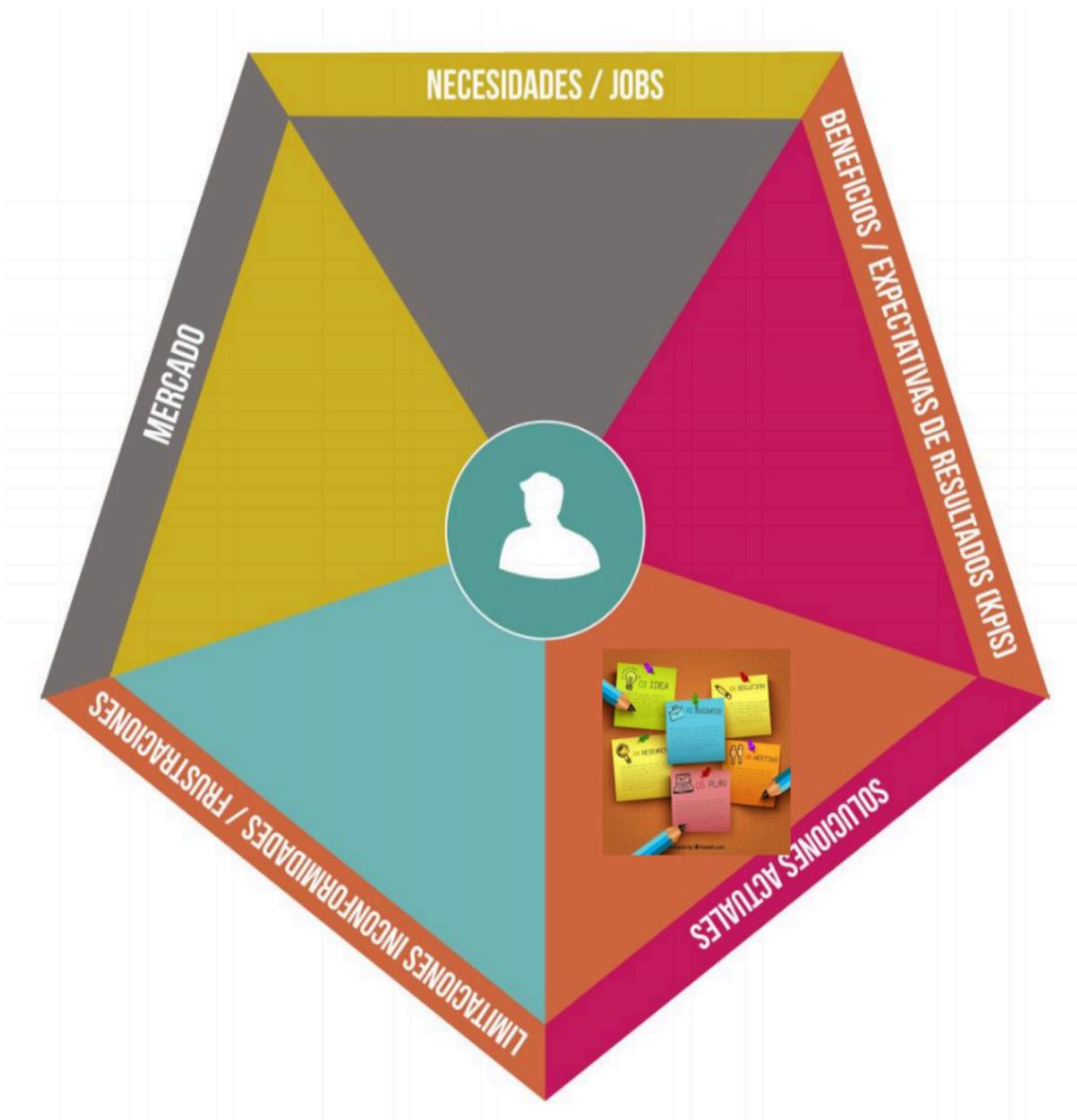
- Encuentras a los clientes, cada vez que finalicemos un proceso de ventas.
- Encuestas virtuales.
- Formularios en linea

### **Este Indicador Es Un KPI'S Nos Ayudara A Conocer:**

- La reducción de costes (menos combustible, vehículos de refuerzo, etc..).
- La satisfacción de los clientes, que tendrán en cuenta el autobús frente a medios de transporte alternativos y a la competencia.
- El ambiente laboral de los conductores, ya que no tendrán que soportar las quejas de los viajeros, alargar sus turnos y, además, cobrarán incentivos.
- -La capacidad de planificación de las operaciones de la empresa, evitando inversiones innecesarias.



## Soluciones Actuales



¿Qué Es Lo Que Se Utiliza Actualmente?

Las tendencias a nivel nacional van evolucionando diariamente, el uso de ropa casual como los jeans, blusas, camisas y camisetas son lo que la mayoría de personas prefieren, los clientes buscan comodidad al momento de vestir, debido a esto en el mercado hay muchas marcas asequibles las cuales se identifican con grupos de personas específicos: jóvenes, mujeres mayores, deportistas, etc y debido a que las mismas ya están posicionadas y son reconocidas en el mercado cuentan con clientes potenciales, ya sea por el precio, la calidad, preferencia o cualquier otro factor.

### **¿En Dónde Comprar El Producto?**

Las grandes empresas de ropa utilizan el marketing para vender sus productos como un elemento que aporta status, pertenencia y posesión de un elemento casi exclusivo, de esta manera se posicionan en la mente del consumidor y estos al momento de comprar ya tienen una marca específica con el conocimiento que esta les brinda calidad, a diferencia de los consumidores que compran en almacenes no tan reconocidos pero que al momento de obtener un producto saben que llevan calidad a menor precio, esto varía según la necesidad y el bolsillo del consumidor.

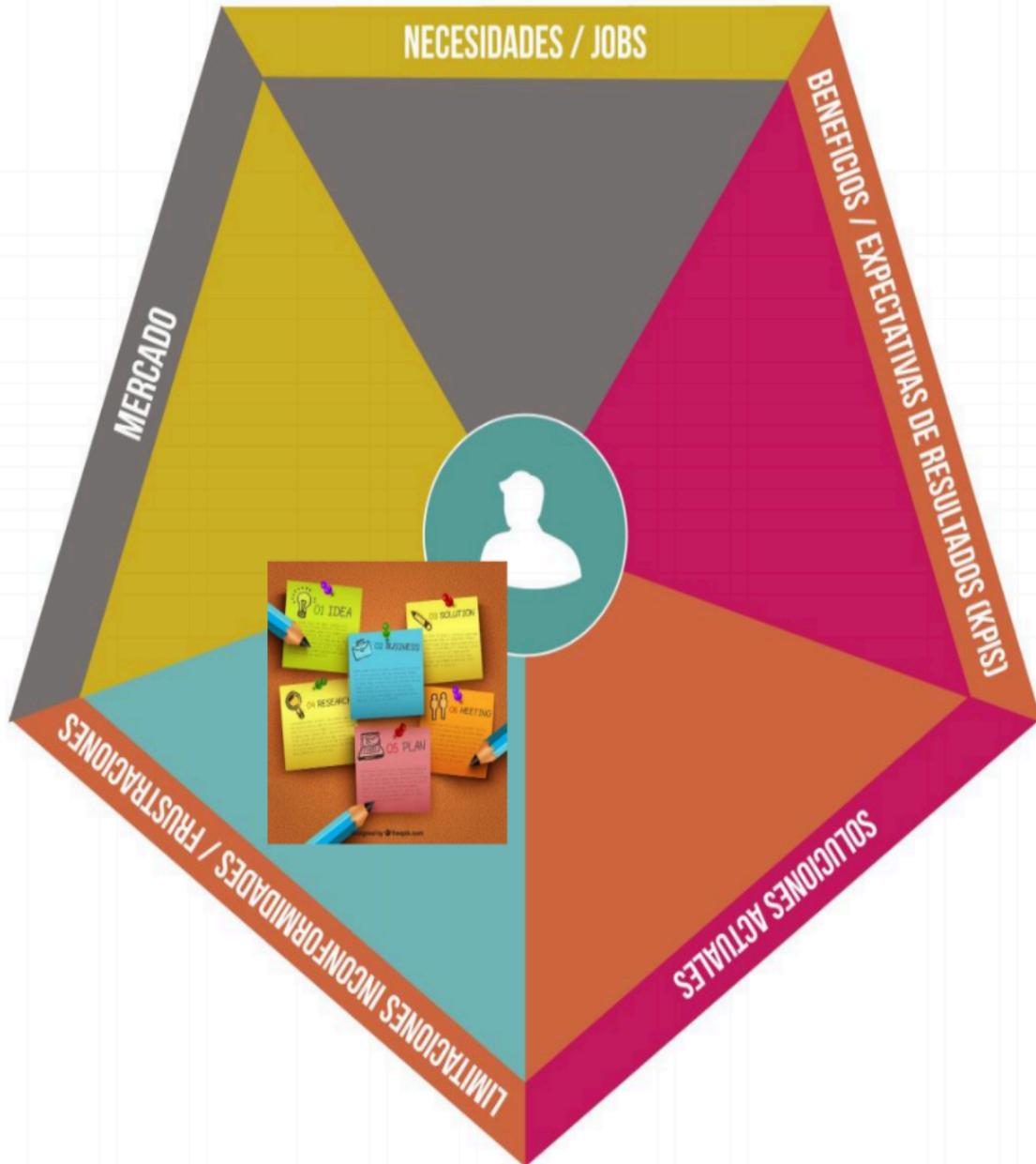
### **¿Cuánto Se Está Pagando?**

Al momento de comprar el consumidor busca economía, por ello busca calidad al precio justo. Los clientes pagan por un jean de marca desde \$ 60.000 hasta \$ 200.000 con la tranquilidad que se están llevando un producto garantizado a diferencia de comprar un jean que cuesta \$ 25.000, es más económico pero la tela es de mala calidad, se decolora o se rompe,

### **¿Cómo Hacer El Producto?**

Oklahoma Store busca calidad y economía al momento de realizar el producto desde la materia prima hasta el producto final, por ello las hilazas se obtienen al por mayor con proveedores nacionales, exportamos la tela de Inglaterra ya que es la de mejor calidad y al igual que las hilazas contamos con proveedores nacionales, obtenemos telas naturales o sintéticas dependiendo de la prenda que se vaya a confeccionar, tenemos distribuidos diferentes satélites los cuales dan el mejor trato a la tela al momento de realizar el producto.

## Limitaciones, Inconformidades y Frustraciones



## **¿Frustraciones Acerca Del Producto?**

Se busca tener el menor margen de error posible con la conciencia de que en cualquier momento se pueden presentar. Al momento de la fabricación del producto se pueden cometer varios errores: ya sea que el hilo que se usó no sea el adecuado, la confección quedo mal, la tela tiene defectos, que al cliente no le agrade el producto ya sea porque la tela empleada para la realización del mismo no es de su preferencia, porque no se da la garantía deseada o el precio no es conveniente.

## **Conclusiones**

Las manifestaciones de independencia reflejan que el individuo escoge las ropas apropiadas según las circunstancias y la necesidad. Básicamente este proyecto está enfocado en construir productos competentes en calidad nacional y variedad para el mercado objetivo.

El proyecto tiene con fin, desarrollar una tienda OnLine, no solo por costos de la empresa, sino también por facilidad de accesibilidad de los clientes, donde encontraran un amplio catálogo de productos, servicio y confiabilidad.

El objetivo no solo es compra y venta de productos finales, sino también patentar la marca propia de diseño e innovación en prendas de vestir.

## **Fuentes De Información**

HyB historia y biografías <http://historiaybiografias.com>

Depsicología (14 de marzo de 2017) <http://depsicologia.com/piramide-de-maslow/>

Caso de estrategia empresarial: Inditex

<https://modarapida.wordpress.com/competencia/analisis-general-de-la-competencia/>

Psicología y mente <https://psicologiaymente.net/psicologia/piramide-de-maslow#!>

Normas APA <http://normasapa.net/actualizacion-apa-2015/>