

FASTCOMPUTERMAIN

“SIEMPRE DAR AL CLIENTE MÁS DE LO QUE ESPERA”

KEVIN SANTIAGO GÓMEZ BUITRAGO

JOHAN ANDRÉS GAMA LÓPEZ

CRISTIAN CAMILO ROZO AGUIRRE

TECNOLOGIA EN DESARROLLO DE SOFTWARE Y REDES

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

ESCUELA DE INGENIERIA

TECNOLOGÍA EN DESARROLLO DE SOFTWARE Y REDES

BOGOTA

2020



FastComputerMain
"Siempre sar al cliente mas de lo que espera"



TABLA DE CONTENIDO

LISTA DE ILUSTRACIONES	3
LISTA DE TABLAS.....	4
DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	5
¿Cuál es el Producto o Servicio?.....	5
¿Quién es el Cliente Potencial?.....	5
¿Cuál es la Necesidad?	6
¿Cómo?	6
MODELO DE NEGOCIO.....	7
Estructuración y Definición de la idea de negocio.....	7
¿Cómo captará a sus clientes?	8
¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes?	8
¿Cómo cerrará la venta por internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados?	8
INNOVACION SOSTENIBLE.....	9
ANÁLISIS DEL SECTOR.....	9
ESTRATEGIA OCÉANO AZUL.....	9
ANÁLISIS DE PORTER.....	11
MARKETING MIX.....	14
Estrategia de producto.	14
Portafolio.....	15
Estrategia de precios.....	16
Estrategia de distribución.....	17
Estrategia de comunicación.....	18
Desarrollo de marca.....	20
Estrategia de Marketing Digital.....	21
Vista desde un PC:.....	23
Vista desde un Dispositivo Móvil	26
Estrategia de Marketing Digital.....	31



FastComputerMain
 "Siempre dar al cliente más de lo que espera"



Nuestra Perfil en Instagram:31
 Vista desde un PC:.....31
 Vista desde un Dispositivo Móvil32
 Creación Instagram empresarial: 33
 Creación de Publicidad para la Página:34
 Métricas clave37
 MICRO LOCALIZACIÓN.....38
 Bibliografías. 54
<https://es.wikipedia.org/wiki/Wix.com>.....54
<https://websitebuildertips.com/es/inicio/>54

LISTA DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN I 7
 ILUSTRACIÓN II. 9
 ILUSTRACIÓN III 10
 ILUSTRACIÓN IV 15
 ILUSTRACIÓN V 23
 ILUSTRACIÓN VI 23
 ILUSTRACIÓN VII 24
 ILUSTRACIÓN VIII 24
 ILUSTRACIÓN IX 25
 ILUSTRACIÓN X **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 ILUSTRACIÓN XI **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 ILUSTRACIÓN XII **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 ILUSTRACIÓN XIII 27
 ILUSTRACIÓN XIV 28
 ILUSTRACIÓN XV 29
 ILUSTRACIÓN XVI 30
 ILUSTRACIÓN XVII 31
 ILUSTRACIÓN XVIII 32
 ILUSTRACIÓN XIX 33
 ILUSTRACIÓN XX 34
 ILUSTRACIÓN XXI 35
 ILUSTRACIÓN XXII 36
 ILUSTRACIÓN XXIII 42
 ILUSTRACIÓN XXIV 42



FastComputerMain
"Siempre dar al cliente más de lo que espera"



ILUSTRACIÓN XXV	46
ILUSTRACIÓN XXVI	47
ILUSTRACIÓN XXVII	47
ILUSTRACIÓN XXVIII	49
ILUSTRACIÓN XXIX	50
ILUSTRACIÓN XXX	51

LISTA DE TABLAS

TABLA 1	10
TABLA 2	15
TABLA 3	17
TABLA 4	17
TABLA 5	19
TABLA 6	19
TABLA 7	20
TABLA 8	39
TABLA 9	41
TABLA 10	43
TABLA 11	45



FastComputerMain
"Siempre ser al cliente más de lo que espera"



DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

¿Cuál es el Producto o Servicio?

Desarrollar una página WEB interactiva y llamativa donde se brinde servicios de apoyo informático, para que nuestros clientes puedan validar nuestros productos y servicios como:

- Venta de equipos de cómputo y tecnología siempre velando por brindar los mejores productos.
- Mantenimiento a los equipos de cómputo y tecnología de los clientes de manera eficiente y oportuna.
- Reparando las fallas presentadas en el equipo de cómputo y tecnología del cliente, trabajando siempre bajo los mejores estándares de calidad.

¿Quién es el Cliente Potencial?

Los beneficiarios con el servicio serán personas individuales, estudiantes, familias quienes contarán con un servicio de soporte técnico eficaz, oportuno, efectivo y a un buen precio desde la comodidad del hogar ya que contaremos con servicios a domicilio donde el cliente no tendrá que desplazarse a nuestro punto.



FastComputerMain
"Siempre sar al cliente mas de lo que espera"



¿Cuál es la Necesidad?

Nuestro proyecto busca solucionar el inconveniente de los clientes que lleva muchos años en el mercado y en el área de soporte técnico, donde un cliente al momento en presentar una falla en un dispositivo de computo al acercarse a un punto o un local buscando ayuda con el mantenimiento no le prestan la atención requerida o muchas veces se les cobra más de que lo que cuesta el soporte o las partes necesarias para solucionar el inconveniente.

¿Cómo?

Automatizar, el servicio de los mantenimientos/ventas de equipos de cómputo entre cliente y soporte. En cuanto a los mantenimientos, se debe facilitar la gestión integral desde el momento en que el cliente solicita nuestros servicios, se procede a recoger el equipo de forma que el cliente no necesita dirigirse a nuestros puntos si así lo desea, donde se contempla que la compra de los repuestos si así se requiere sea mediante nuestra página web donde se vera de inmediata la compra y se continuara con el mantenimiento, visualizando desde la página el progreso del mismo, esto a bajos rasgos.

Adicional mediante la página web nuestros clientes lograran visualizar los productos del almacenamiento realizando la compra y brindando la entrega a domicilio.

¿Por qué lo Preferirían?

Mediante la creación de nuestra página WEB generaremos confianza evitando el desplazamiento del cliente al punto del local ya que contamos con servicio a domicilio, donde nosotros recogemos el equipo de cómputo lo revisamos, el cliente puede visualizar



FastComputerMain
 "Siempre por el cliente más de lo que espera"



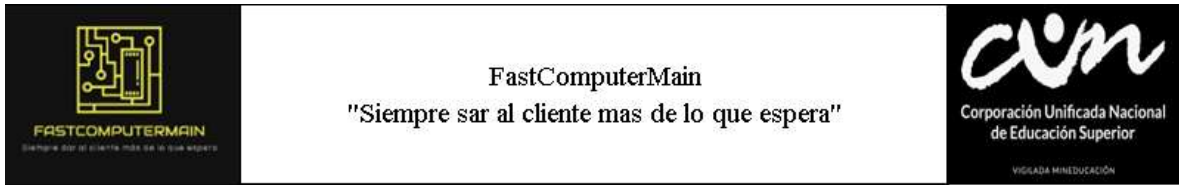
por precios de los componentes de repuestos dependiendo la falla que presente y realizar la compra desde la página, siempre trabajando bajo los mejores estándares de calidad, después de solucionar y/o reparar la falla el equipo será nuevamente llevado al hogar de nuestros clientes, con el fin de ofrecer un servicio eficaz y de buena calidad.

MODELO DE NEGOCIO

Estructuración y Definición de la idea de negocio.

Ilustración I

<p>¿Cómo puede ser sostenible?</p> <p>El software tendrá una sostenibilidad con base en los servicios de soporte técnico que se brindarán en ella y que un cliente comprará por medio de la misma.</p>	<p>¿Cuáles son los costos para entregar una propuesta de valor?</p> <p>Los costos serán manejados dependiendo el tiempo en el mercado del proveedor que tengamos, sin embargo, para entregar una propuesta de valor nos guiaremos en traer mercancía TI que tenga de primera mano la ventaja costo beneficio, adicional los costos de mano de obra que se generen por nuestros empleados serán estudiados y muy competitivos y asequibles con el sector al que nos vamos a dirigir.</p>	<p>¿Quiénes son los clientes?</p> <p>Nuestros clientes van a ser todo tipo de persona que necesite ayuda con deficiencias que presente sus equipos de cómputo, telefonía, entre otros.</p>
<p>↓</p> <p>¿Cómo se puede generar relaciones con los clientes?</p> <p>La relación que se tendrá con los clientes, será por medio del software en el cual ellos nos comunicaran sus deficiencias con el cómputo y si es necesario también será de manera presencial.</p>	<p>↓</p> <p>¿Cómo son los costos para entregar una propuesta de valor?</p> <p>Los mecanismos de entrega se manejarán de forma masiva, donde se intentara manejar el mayor número de entregas en un mismo momento con la administración por parte de nuestro sitio web.</p>	<p>↓</p> <p>¿Cuál es la propuesta de valor?</p> <p>La propuesta de valor por nuestra parte va a ser brindar apoyo en el lado de la informática a todas aquellas personas que necesiten del mismo.</p>
<p>↓</p> <p>¿Qué alianzas estratégicas se pueden generar?</p> <p>Se podrán generar a futuro alianzas con distribuidores tanto de software como de hardware, para brindarles los mejores productos a nuestros clientes.</p>	<p>↓</p> <p>¿Cómo generar ingresos y fuentes de financiación?</p> <p>Se realizarán estudios de mercado y propuestas de inversión con el grupo y se estudiara con un analista económico el mejor rumbo que podemos tener en las variables que nos cambien entre la página web, repuestos de TI o empleados de soporte.</p>	<p>↓</p> <p>¿Cuáles son los recursos y procesos necesarios?</p> <p>Lo que deberíamos tener como recurso un equipo de cómputo y una conexión estable a internet.</p> <p>En la parte de procesos las incidencias se dividirán en 3 las cuales serán: crítico, prioritario y estandar.</p>



¿Cómo captará a sus clientes?

Se captarán los clientes por medio de publicidad en diferentes plataformas, como también por la eficiencia y calidad de nuestros servicios... los cuales serán hechos de forma remota si el caso no es de una complejidad alta, si el caso tiene una complejidad mayor contaremos con personas especializadas que realizarán el soporte al domicilio del cliente.

¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes?

Tendrá la facilidad de solucionar sus problemas de manera eficiente por medio de un técnico conectado de manera remota a su equipo de cómputo sin necesidad de realizar.

¿Cómo cerrará la venta por internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados?

Tendrá un botón de pagos en el cual el usuario podrá realizar el pago por medio de PSE o por medio de pagos en efectivo luego de realizado el servicio.



FastComputerMain
 "Siempre por el cliente más de lo que espera"



INNOVACION SOSTENIBLE

Ilustración II.

	ENERGIA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RECIDUOS
EL PRODUCTO O SERVICIO	Utilizar focos ahorradores en todos los espacios de la instalación.	Se reducirán los costos con la compra de productos y empaquetado hechos con material reutilizable.	Se incentivara entre los empleados el uso de medios de transporte como la bicicleta.	Se generara el control del inventario para no comprar elementos de mas.
	Instalación de celdas solares para reducir el uso de energía.			Se genera el correcto manejo de la basura y la cultura del reciclaje
	Instalar reguladores de flujo luminoso.	Se generara un seguimiento al consumo y uso de la materia prima, insumos, papel, material de limpieza.	Se generara la contratación de vehículos externos preferiblemente eléctricos o con inyección.... Para la distribución y soporte.	Se generara la compra de elementos de embalaje retornable.
	Apagado de equipos que no se encuentren en uso.			
MARKETING	Se realizan campañas de concientización con los empleados sobre la importancia de ahorro de energía.	Se generara la impresión de documentos, Boucher con (Papel ecológico) y el empaquetado con cajas de cartón todo impreso bajo tintas ambientalmente amigables.	Incentivar el transporte con Bajas emisiones y se generaran campañas de implementación vehículos cero.	Generar campañas interna para concientizar la importancia de manejar correctamente los productos reciclables.

ANÁLISIS DEL SECTOR

ESTRATEGIA OCÉANO AZUL

Realicemos las lecturas y para desarrollar esta actividad deben apoyarse con el recursos de

"Ejercicio Océano"

1. Identifique quién es su competencia
2. Defina las variables importantes para su idea de negocio
3. Dele un valor de (1 a 5)

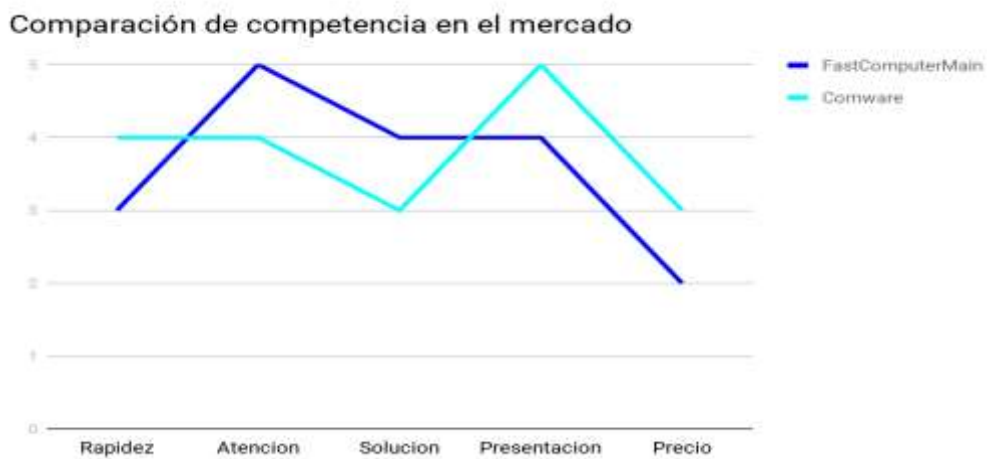
4. Desarrolle la estrategia con su explicación de (incrementar, reducir, eliminar o mantener)

Desarrolle estrategias claras con respecto a las variables importante que van a diferenciarlo con su competencia:

Tabla 1

	Rapidez	Atención	Solución	Presentación	Precio
FastComputerMain	3	5	4	3	3
Comware	4	4	3	4	3
ESTRATEGIA	Reducción	Incremento	Incremento	Reducción	Mantener

Ilustración III





FastComputerMain
"Siempre dar al cliente más de lo que espera"



ANÁLISIS DE PORTER

Las cinco fuerzas pueden ayudar a su idea a comprender la estructura del sector en el cual compete y elaborar una posición que sea más rentable y menos vulnerable a los ataques.

Para resolver realice la lectura "CINCO FUERZAS DE PORTER"

Genera la estrategia para cada uno:

PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES.

Está concentrado o compra grandes volúmenes con relación a las ventas del proveedor. Si una gran porción de las compras es adquirida por un comprador dado, esto eleva la importancia del comprador en los resultados de la empresa. Los compradores de grandes volúmenes son fuerzas particularmente poderosas si la industria está caracterizada por grandes costes fijos y eleva el interés de mantener la capacidad ocupada al máximo.

Los compradores plantean una real amenaza de integración hacia atrás. Si los compradores están parcialmente integrados o plantean una amenaza creíble de integración hacia atrás, están en posición de exigir concesiones en la negociación. Así, los principales fabricantes de automóviles usan la amenaza del auto fabricación como ventaja negociadora. En la práctica estas empresas se suelen dedicar a la integración gradual, esto es, producen internamente algunos componentes para sus necesidades y compran el resto a proveedores externos, de tal modo que hacen creíble la amenaza de una integración hacia atrás y además al conocer detalladamente los costes ya que fabrican internamente componentes, pueden negociar con mayor información, lo que mejora su



FastComputerMain
"Siempre dar al cliente más de lo que espera"



posición. Lógicamente este poder de compra puede ser parcialmente neutralizado cuando las empresas en el sector industrial amenazan con la integración hacia los sectores industriales del comprador.

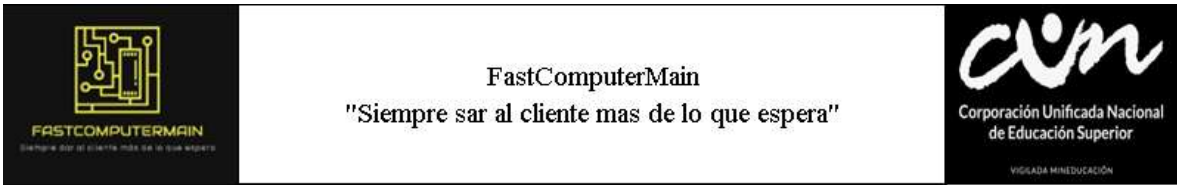
PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES.

Esto es importante al momento de crecer como industria que intenta competir a nivel de negocios con otras empresas del sector, una forma es ayudarnos con el partner que nos impulse con precios y mercancía de calidad del último año, hay varias características que indican el grado de poder de un proveedor y uno es que son capaces de aumentar sus precios sin que esto tenga un efecto perjudicial sobre el volumen de ventas. Otra es la capacidad de crear acuerdos informales o incluso formales que controlan los precios y la oferta. La mayoría de los países desarrollados tienen leyes extensas antimonopolio y reglamentos establecidos para disuadir y penalizar a los proveedores que caen en este tipo de actividad, pero los recientes casos judiciales antimonopolio que implican software, finanzas, salud, servicios públicos, y las compañías petroleras sugieren que la colusión de proveedores sigue siendo generalizada.

EJEMPLOS BIEN CONOCIDOS DE PROVEEDORES FUERTES SON:

DeBeers – domina el mercado de diamantes.

Microsoft – prácticamente domina el mercado de los sistemas operativos de computadoras personales.



Intel y AMD – dominar el mercado de chips de procesadores.

Cargill y Monsanto – dominan el mercado de producción de semillas agrícolas.

AMENAZA DE ENTRADA DE PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTIVOS

Hace referencia a la posible entrada potencial de empresas que vendan los mismos productos o brinden los servicios sustitutos, donde intentar ingresar una nueva empresa al sector, estas podrán contar con diferentes barreras tales como poca experiencia, fidelidad con el cliente, poco capital del requerido, falta de canales de distribución, Pero también podrían ingresar con mayor facilidad si esta cuenta con productos de calidad superior a los existentes o precios más bajos. Esto establece el tope en los precios de venta y servicio establecidos por la competencia antes de que los consumidores opten por el mejor producto donde la combinación calidad-precio que ofrecen los servicios sustitutos es un aspecto clave. Cuanto más interesante sea, más firme será el límite impuesto a la capacidad de los beneficios del sector.

Los productos o servicios sustitutos limitan las posibilidades de obtener grandes beneficios y posiblemente el potencial de crecimiento se vea restringido, entrando directamente a competir con el producto que cumplen con la misma función dentro del mercado y satisface la misma necesidad, si se habla de los aspectos que hacen énfasis para diferenciar a FastComputerMain de las demás empresas o microempresas, es el entorno de la calidad de servicio por manejar un sistema de mantenimiento integral. Este aspecto es el cual se corrige para ser más competitivo o menos en el sector.



FastComputerMain
"Siempre por el cliente más de lo que espera"

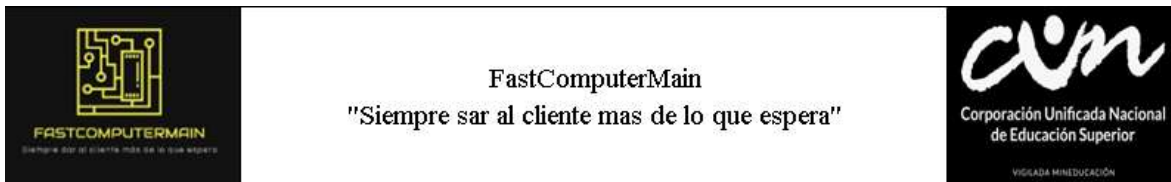


Existen otras empresas que ofrecen el mismo servicio pero con menos prestaciones, Por ende, FastComputerMain la calidad, fiabilidad y comodidad en el servicio o producto puede llegar a ser una empresa que trabaje mensual o trimestralmente a un precio más asequible para el cliente, podemos validar que existe una reducida cantidad de servicios sustitutivos que se constituyan como alternativas al servicio brindado por FastComputerMain, reconociendo que el conocimiento y la experiencia suponen un valor añadido reconocido por el mercado, donde consideramos que las amenazas de sustitución tendrá un grado medio-bajo.

MARKETING MIX.

Estrategia de producto.

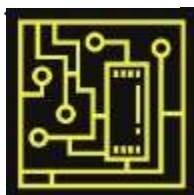
- Núcleo: El servicio el cual se brindará al público tendrá físicamente la atención de personal especializado en soporte de TI el cual ya tendrá una información breve del error que puede presentar la máquina, técnicamente tenemos la mano de obra que se presenta detrás de nuestro proveedor de ventas el cual nos va ayudando día a día con el comercio electrónico el cual es otro de los servicio.
- Calidad: Los estándares por los cuales se registrá el servicio se centrarán en normas Norma ISO9000, Norma ISO9001, Norma ISO9004 las cuales certifican nuestro compromiso con el cual queremos entregar el servicio al público.
- Envase: El envase no será establecido para todos los servicios por lo cual la única muestra de esto será las cajas de cartón donde se empacara el producto y llevará un



sticker que certifique como distribuidor a FastComputerMain el diseño estará dotado dentro del empaque del producto y el diseño llevaran nuestro propio logo.

- **Diseño:** Se generará la estrategia sobre el diseño del logo enfocadas para potenciar la percepción de calidad sobre el mismo: se entregará un sticker que certifica que el equipo fue chequeado o recibido un mantenimiento de parte de la empresa.
- **Servicio:** Brindar al cliente, el servicio de un técnico a domicilio, para un chequeo de su equipo de cómputo o realizar una reparación no muy complicada.

Ilustración IV



-Ampliar la línea de servicios, pudiendo dar mantenimientos a diferentes equipos, modelos, marcas, con ello incrementar la cantidad de clientes a atender y por ende generar un crecimiento del negocio.

-Atender los servicios con un personal calificado que brinde con profesionalismo y acrecentando la imagen de marca a general.

Portafolio.

Tabla 2

ROL	Soporte TI	Ventas Online
-----	------------	---------------



FastComputerMain
 "Siempre sar al cliente mas de lo que espera"



<p>DONDE JUEGO</p>	<p>Universidades Clínicas Institutos Entidades gubernamentales Oficinas Empresas Agencias de viaje Bibliotecas Estudios de televisión Aeropuertos Hogares</p>	<p>Universidades Clínicas Institutos Entidades gubernamentales Oficinas Empresas Agencias de viaje Bibliotecas Estudios de televisión Aeropuertos Hogares</p>
<p>CUAL ES EL JUEGO</p>	<p>Brindar un servicio a cualquier empresa que se encuentre dentro de la capital estableciendo las necesidades principalmente, con el cual nos rijamos y se puedan cumplir todas sus expectativas.</p>	<p>Ventas de artículos de TI al por mayor o al detal, todo certificado y con garantía según lo que nos solicite el cliente con envíos a todo el país.</p>

Estrategia de precios

En referencia al precio de nuestro servicio, busca reforzar la fidelidad de nuestros clientes como se señala anteriormente en el documento, a continuación se detallan cada una de las estrategias a utilizar:



FastComputerMain
 "Siempre sar al cliente mas de lo que espera"



Tabla 3

Detalle	Estrategias
Fijación de precios basados en los costos	Se brindarán descuentos constantes sobre el 10% a clientes recurrentes, así como por brindar cada cliente referido a nuestro servicio. Los descuentos serán válidos en el servicio, mas no en repuestos.
	Brindar facilidades de pago a nuestros usuarios y clientes más fieles en caso de que el coste del servicio sea muy elevado..
Fijación de precios basados en la competencia	Mantener precios competitivos en el sector, logrando estabilidad en cuanto al valor de los servicios, destacando sobre la confianza generada y satisfacción con nuestros clientes.

Coste de producción

Revisión: el primer valor a cobrarle al cliente será el de la revisión el cual tendrá un costo de \$50.000 con la revisión se le dará al cliente una cotización del valor total de lo que le toca, si el cliente desea tomar el servicio con nosotros el valor que el pago por la revisión será abonado a el valor total del soporte, el valor total no es un valor estático, ya que este depende del servicio que necesite el hardware del cliente, como también de las licencias que se necesiten.

Estrategia de distribución.

Tabla 4

Estrategia	Descripción
------------	-------------



FastComputerMain
 "Siempre dar al cliente más de lo que espera"



Canal de marketing Directo	Folletos y catálogos publicados en la red social Instagram con palabras detalladas, una estrategia de marketing directo podrá ayudar a establecer una comunicación más personalizada con los prospectos y clientes.
Canal de marketing indirecto	La página web que maneja las ventas y contratos, al momento de quedar registrados nos ayudará a enviar publicidad y mostrará descuentos en primer plano marketing de algunos productos
Otros	Redes sociales que se generen virales con el tiempo en las cuales podamos generar marketing

Estrategia de comunicación.



FastComputerMain
 "Siempre sar al cliente mas de lo que espera"



Tabla 5

Publicidad	La publicidad que elegiremos para atraer más clientes a la página va a ser los anuncios por diferentes plataformas de servicios electrónicos, como YouTube, Facebook, Instagram, entre otras.
Promoción de ventas	Los cupones que utilizaremos será que el costo de la revisión se podrá abonar para pagar el valor completo de nuestros servicios si desea tomarlos.
Ventas personales	Nuestra empresa se va a dirigir para personas del común como también para empresas grandes en forma de licitación. A nuestros clientes del común se les va a dar un descuento del 10% por cada cliente nuevo que vincule a nuestra compañía.
Relaciones públicas	Nuestra relación con el cliente va ser por nuestra página web, en la cual ellos encontrarán nuestra información fundamental, como también nuestros números de contacto para sus respectivas cotizaciones.
Marketing directo	El marketing directo lo haremos por medio del internet, donde ellos nos puedan encontrar y adquirir nuestros servicios de una forma rápida y sencilla.

Tabla 6

MARKETING MIX					
Estrategia	Objetivo Smart	Como (describa como llegara al objetivo)	Quien (con que medios o persona se apoyara)	Cuando (defina específicamente el lugar donde lo realizará)	Valor (aproximación al costo)
Producto	Aumentar el soporte de un 22% a un 50% en	Incrementar los miembros del equipo, pasando		Plazo de 24 meses	



FastComputerMain
 "Siempre al cliente más de lo que espera"



	el mercado en los próximos 24 meses.	de 9 a 20 personas, y así poder tener más independencia.			
Precio	Disminuir el coste de mantenimientos ofreciendo descuentos sobre el 10% a nuestros clientes recurrentes cada trimestre en los próximos 24 meses.	Se brindarán descuentos constantes sobre el 10% del mantenimiento a clientes recurrentes		Cada trimestre en los próximos 24 meses.	
Promoción y comunicación	Aumentar las visitas de nuestro sitio web en un 50% en los próximos 12 meses, para alcanzar 360 nuevos clientes y poder mejorar la rentabilidad y productividad.	Publicando 150 contenidos en redes sociales (Instagram y Facebook) durante los próximos 12 meses.	Con campañas online enfocadas a la captación de leads. A través de acciones en redes sociales.	Plazo de 12 meses.	

Desarrollo de marca. Tabla 7

MATRIZ DE DESARROLLO DE LA MARCA		
Nombre de la idea: FAST COMPUTER MAIN		
PASOS	OBJETIVOS	RESULTADO



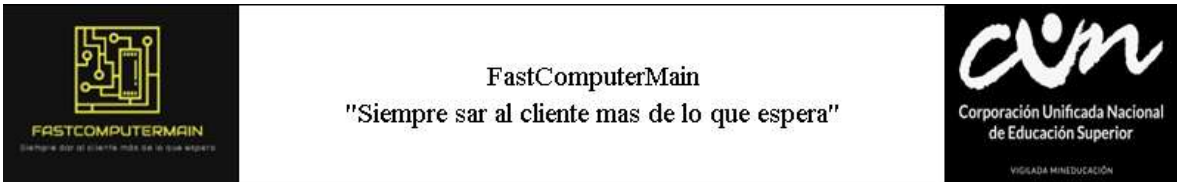
FastComputerMain
"Siempre por el cliente más de lo que espera"



Primer paso: Diagnóstico del mercado	A. Identificación del sector	Tecnología, soporte de hardware y software
	B. Identificar marcas en competencias	Comware, Zonda, Sip.
	C. Soluciones principales y alternativas	Computadores, Teléfonos, todo lo especializado en el hardware
	D. Tendencias del mercado	Soporte técnico en evolución de la tecnología.
	E. Arquetipo de la marca	Cotidiano
Segundo paso: Realidad psicológica de la marca	A. Percepción de las marcas de la competencia	Mayor capacidad de implementación de personal
	B. Identificar variables del neuromarketing	Limpieza, Estética, Presentación, Agilización
Tercer paso: Posicionamiento	A. Identificar Top of mind	
	B. Identificar Top of heart	
Cuarto paso: Realidad material de la marca	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	Funcionalidad, seguridad, confianza, garantía.
Quinto paso: Estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales	Marketing Digital

Estrategia de Marketing Digital.

- Describa la herramienta digital que usaría para su emprendimiento:




La creación de nuestra Landing Page fue por medio de “Wix.com es una plataforma para el desarrollo web basada en la nube que fue desarrollada y popularizada por la compañía Wix. Permite a los usuarios crear sitios web HTML5 y sitios móviles a través del uso de herramientas de arrastrar y soltar en línea.”


Es una herramienta muy fácil de usar donde sus características principales son:

1. Centrado en facilitar la experiencia del usuario, lo que se puede ver en todos los pasos de la creación y edición de sitios web.
2. Un potente editor basado en el práctico sistema arrastrar y soltar, que se adapta al nivel de experiencia técnica y conocimientos de desarrollo web de cada usuario. El flujo de trabajo es muy fluido, y no se requieren habilidades de codificación.
3. Wix tiene una extensa lista de elementos que te permiten realizar cambios, agregar o eliminar cuadros de texto, cajas, botones, videos y más, todo con unos pocos clics. La interfaz es súper intuitiva.
4. Wix tiene una extensa lista de elementos que te permiten realizar cambios, agregar o eliminar cuadros de texto, cajas, botones, videos y más, todo con unos pocos clics. La interfaz es súper intuitiva.

Nuestra Landing Page: <https://johangama.wixsite.com/fastcomputermain>



FastComputerMain
 "Siempre dar al cliente más de lo que espera"



Vista desde un PC:

Ilustración V

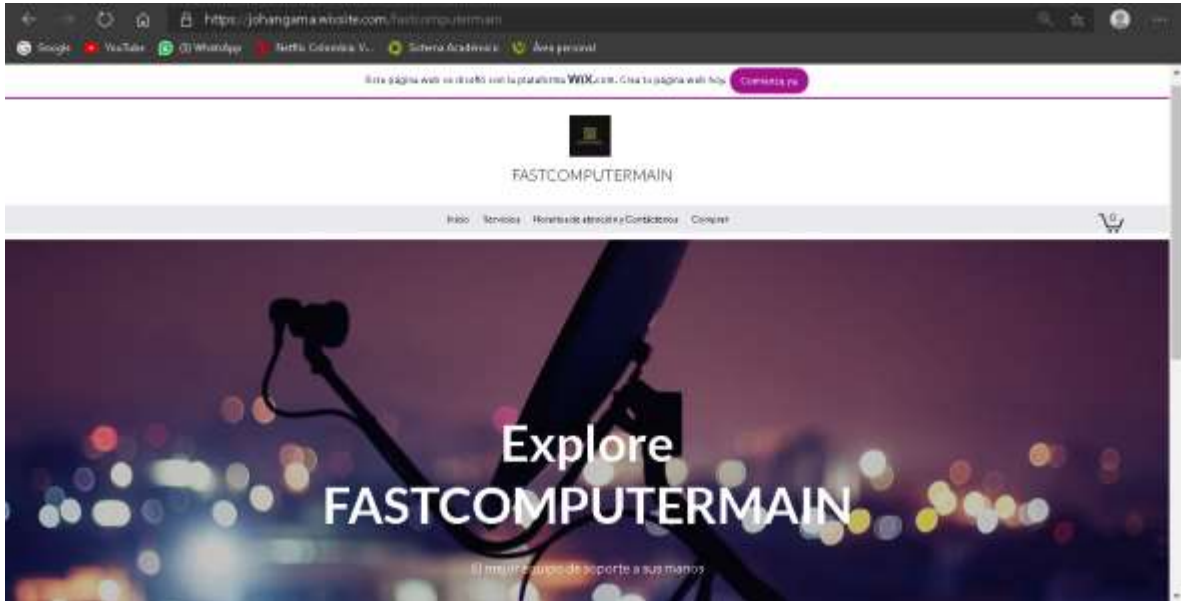
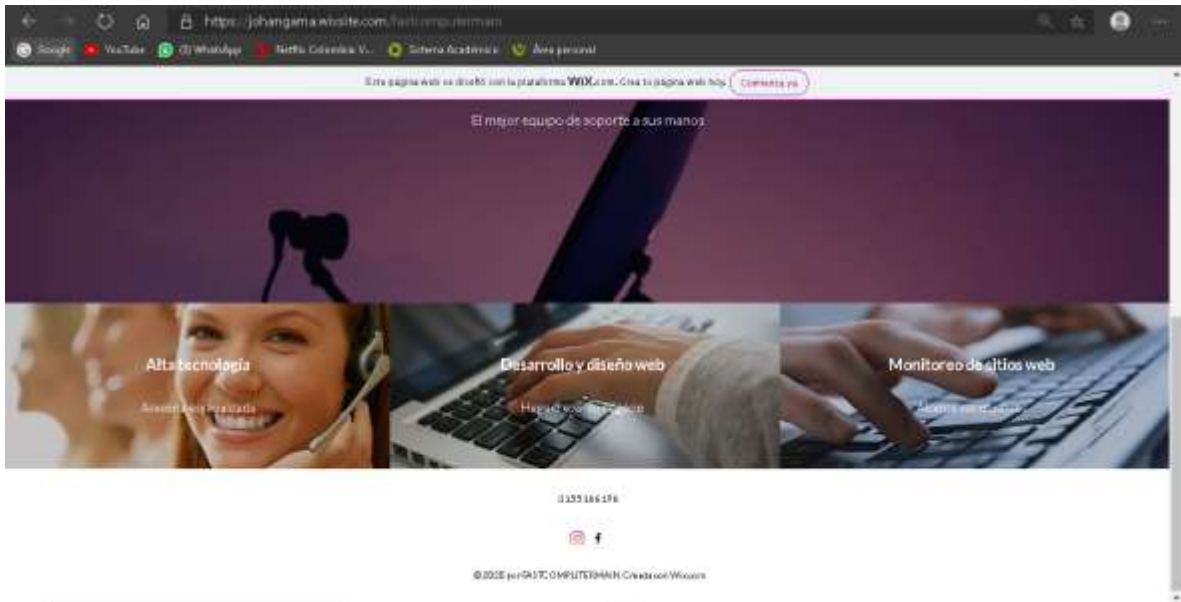



Ilustración VI





FastComputerMain

"Siempre dar al cliente más de lo que espera"




Ilustración VII

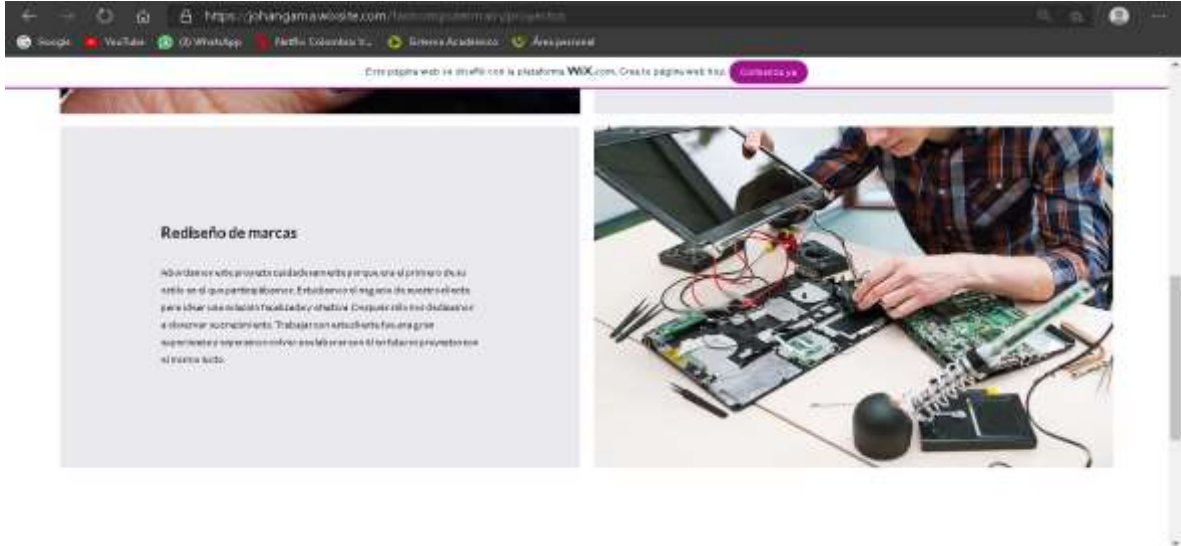
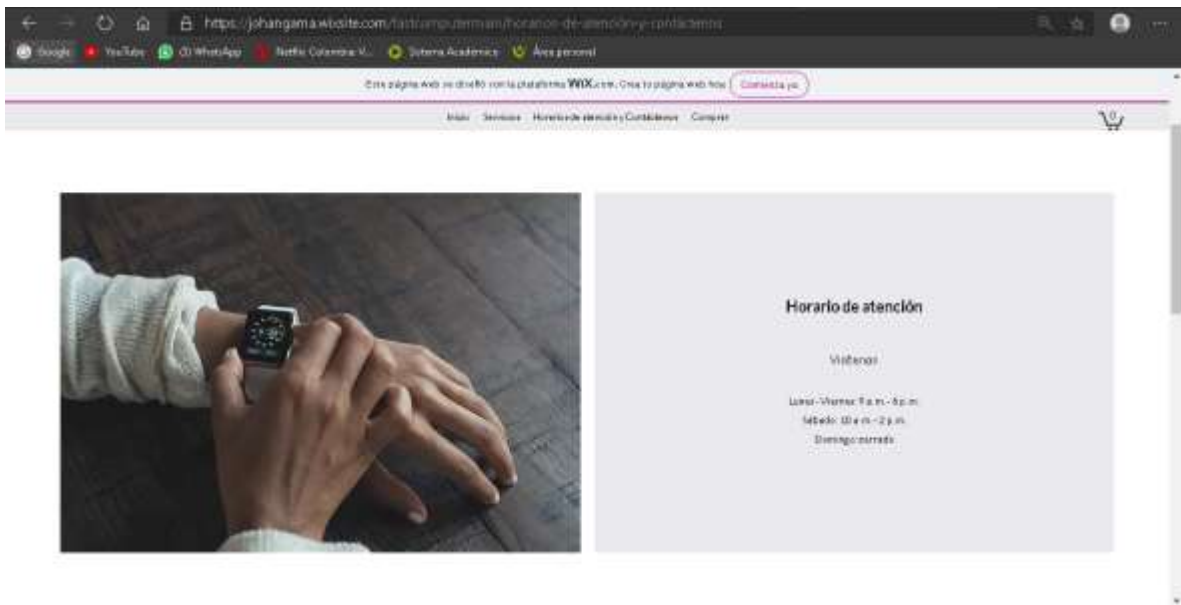


Ilustración VIII





FastComputerMain
"Siempre sar al cliente mas de lo que espera"



Ilustración IX



Vista desde un Dispositivo Móvil

Ilustración X

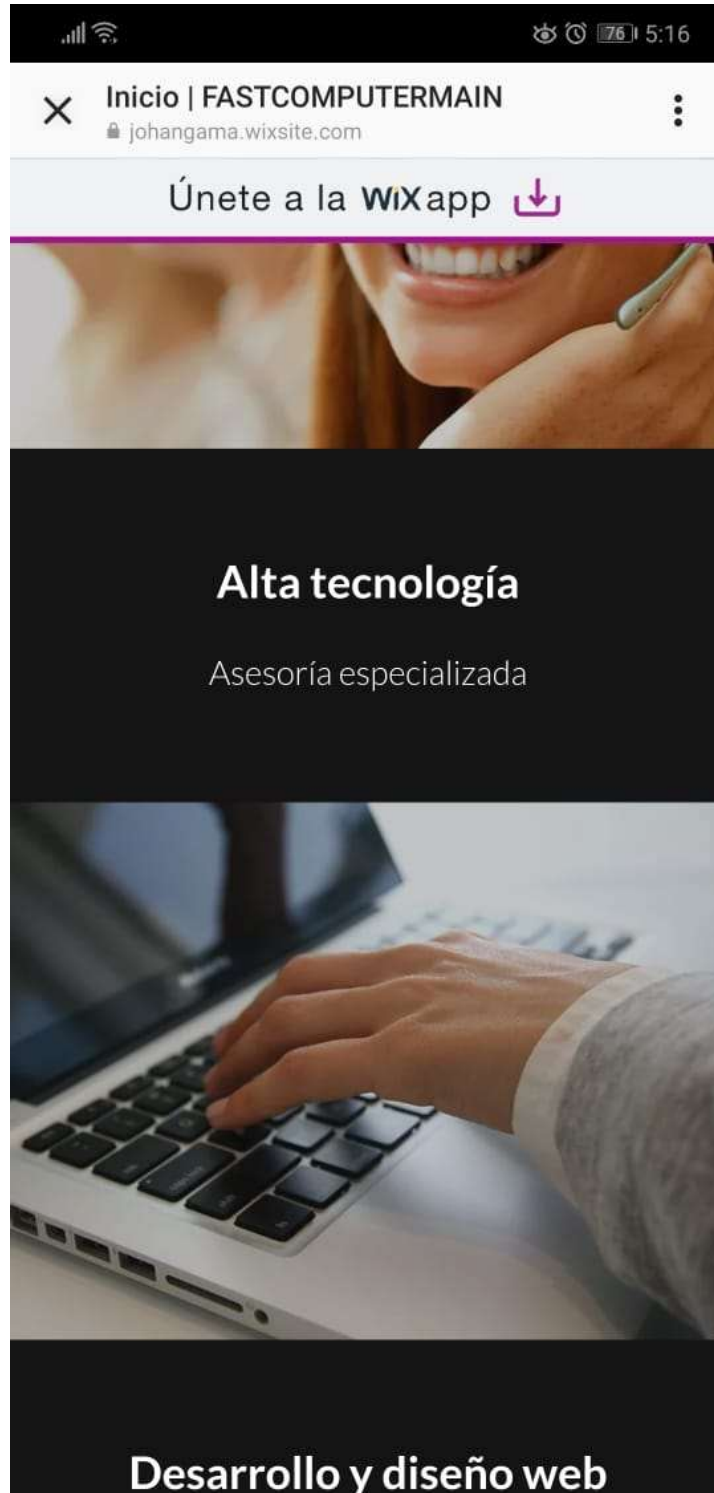




FastComputerMain
"Siempre dar al cliente más de lo que espera"



Ilustración XI

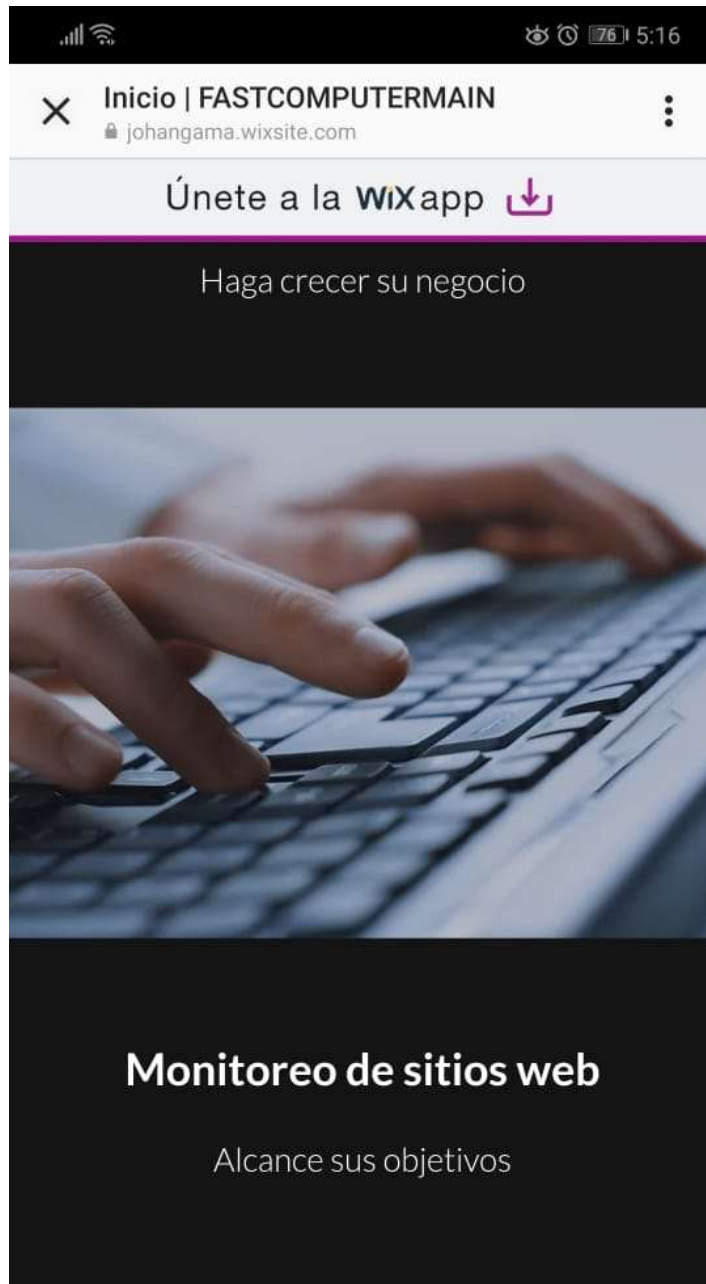




FastComputerMain
"Siempre dar al cliente más de lo que espera"



Ilustración XII



3155166196



FastComputerMain
"Siempre sar al cliente mas de lo que espera"



Ilustración XIII



Inicio

Servicios

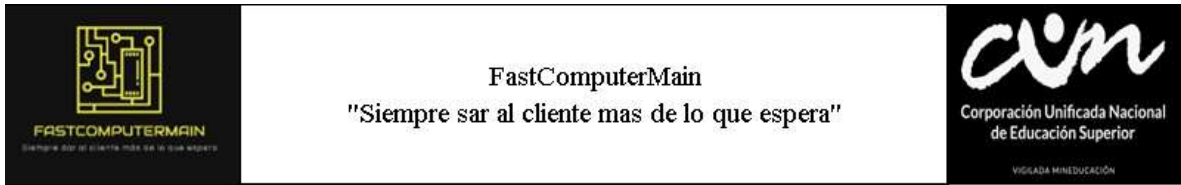
Horarios de atención y

Contáctenos

Comprar

Ilustración XIV





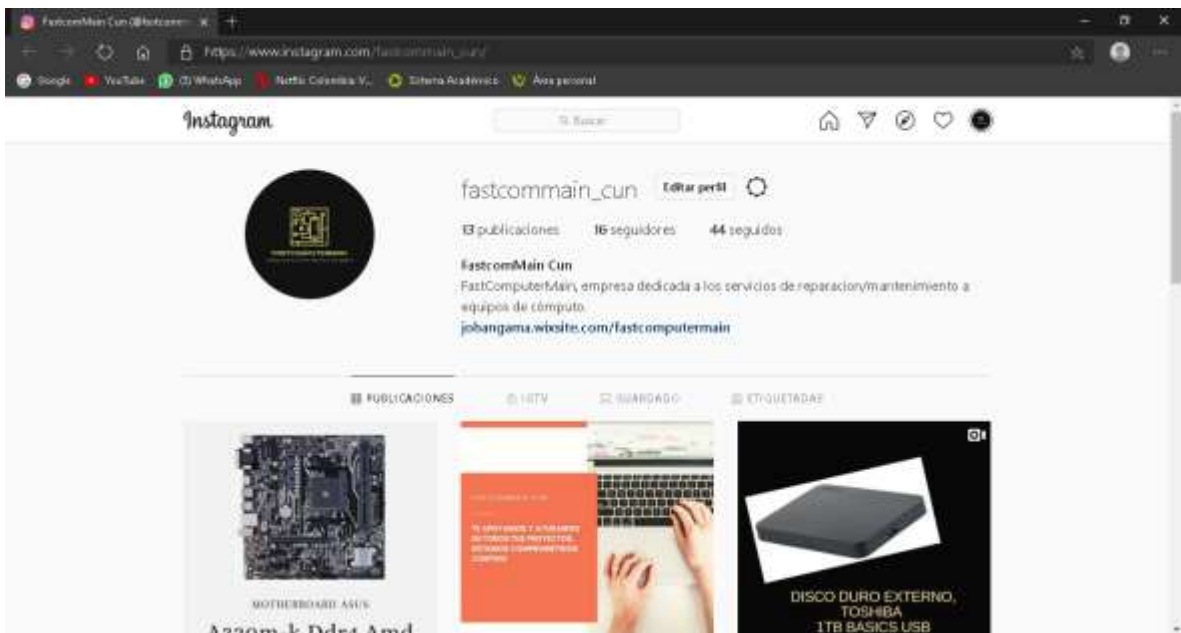
Estrategia de Marketing Digital.

Nuestro Perfil en Instagram:

https://www.instagram.com/fastcommain_cun/

Vista desde un PC:

Ilustración XV





FastComputerMain
"Siempre dar al cliente más de lo que espera"



Vista desde un Dispositivo Móvil

Ilustración XVI



Creación Instagram empresarial:

1. Nos dirigimos a nuestro perfil de Instagram seleccionamos las tres Puntos en vertical de la esquina superior derecha y luego oprimimos Configuración:

Ilustración XVII



2. Al ingresar en Cuenta vamos a seleccionar “Cambiar a cuenta profesional” allí continuamos con el paso a paso brindado por el App:

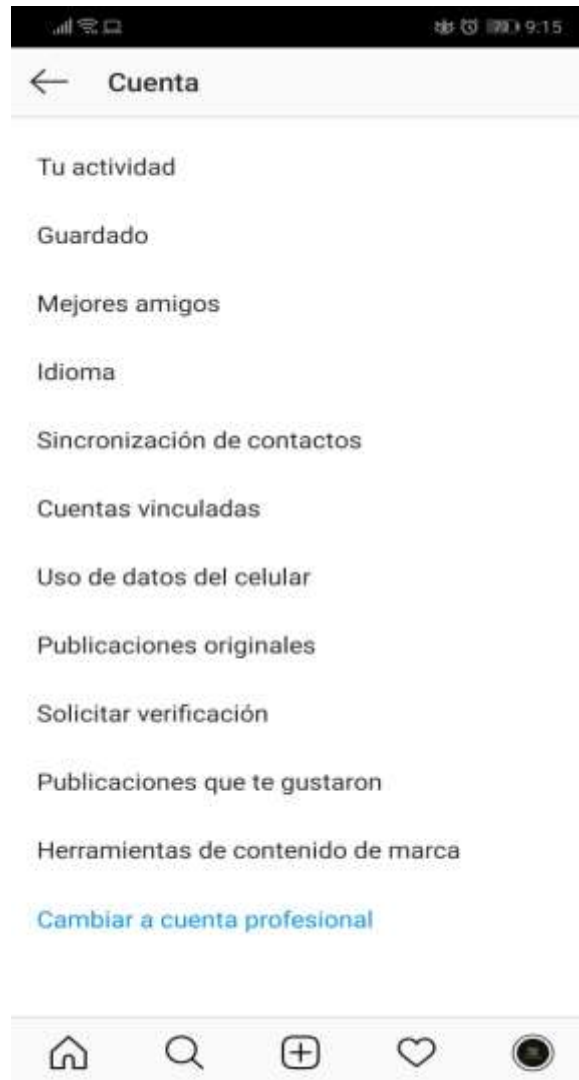




FastComputerMain
"Siempre sar al cliente mas de lo que espera"



Ilustración XVIII



Creación de Publicidad para la Página:

1. Seleccionamos la imagen, foto, promoción que deseamos Pautar para generar una publicidad y seleccionamos Promocionar:

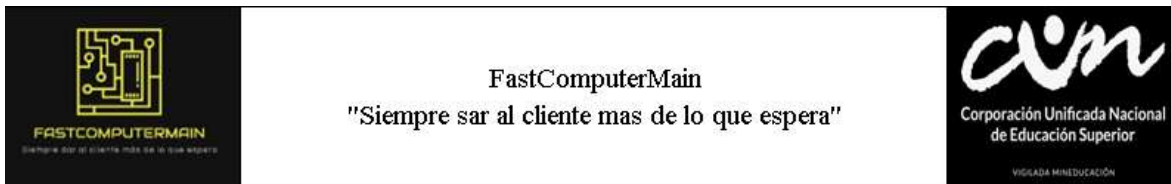


Ilustración XIX



2. En este apartado podemos segmentar a nuestro publico, las personas a las cuales deseamos que llegue nuestro contenido pero para el ejemplo lo realizaremos manejando una publicidad Automatica ya que hasta ahora estamos iniciando.

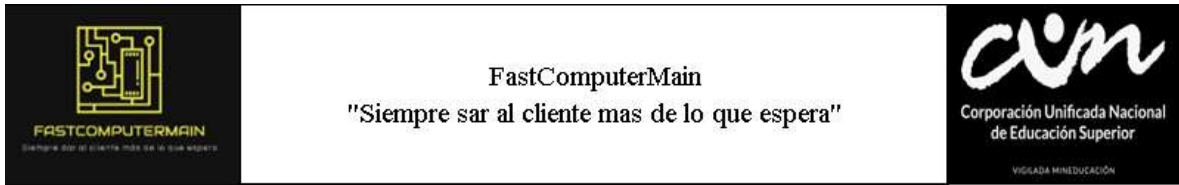


FastComputerMain
"Siempre sar al cliente mas de lo que espera"



Ilustración XX





Métricas clave

Después de haber creado una landing page para su producto y vincularla con Facebook o Instagram; vamos a revisar los datos que arroja su campaña de Facebook o Instagram en una publicación, tenga en cuenta que puede optar por cualquiera de las siguientes opciones:

- CAC (Customer Adquisition Cost): ¿Cuánto cuesta captar un cliente?
$$\text{CAC} = \text{Gasto total en captación} / \text{n}^\circ \text{ clientes captados}$$
- LTV (Lifetime Value): Valor de un cliente a lo largo de la vida.

Nuestra empresa está enfocada a un entorno de micro localización, puntualmente se encontrará en la ciudad de Bogotá D.C, localidad de chapinero, sector de Unilago, en este punto nuestra empresa contará con un mayor alcance de los clientes y de igual manera generar competitividad en el campo.



FastComputerMain
"Siempre dar al cliente más de lo que espera"



MICRO LOCALIZACIÓN

El local previsto para el desarrollo de la actividad económica y productiva de la empresa, se encontrará ubicada en la ciudad de Bogotá D.C.

Con el fin de determinar la mejor ubicación, se aplicarán los siguientes factores que influyen en la ubicación del mismo:

- Disponibilidad de clientes y competencia.
- Facilidad de vías de acceso.
- Abastecimiento de servicios básicos (Luz, Agua, teléfono e internet)
- Seguridad policial.
- Costo de arriendo adecuado.
- Disponibilidad de mobiliario y equipo.

La zona que se más acorde a los resultados para ubicar las instalaciones de la empresa se encuentra en el sector de Unilago, localidad de chapinero.

Los aspectos principales para tomar esta decisión fueron:

*Las vías de acceso la microempresa



FastComputerMain
 "Siempre por el cliente más de lo que espera"



Contará con vías de primer orden, cuyas vías de acceso se desprenden desde el norte y sur

*Por ser un sector comercial, existe gran afluencia de gente de todas partes que acuden no solo en calidad de compradores, sino también de demandantes de trabajo, por lo cual existe un contingente humano que posee experiencia en relación al manejo de productos de cómputo.

Tabla 8

TIPO DE ACTIVO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO*
INFRAESTRUCTURA – ADECUACIONES			
MAQUINARIA Y EQUIPO	PAGINA WEB - HOST	1	\$27.000
EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTACIÓN	COMPUTADOR DE MESA	4	\$1.794.900
	PROYECTOR SALA DE CONFERENCIA	1	\$664.000
	SERVIDOR DATACENTER	3	\$3.200.000
	COMPUTADOR DATACENTER	1	\$1.594.000
MUEBLES Y ENSERES Y OTROS	SALA DE ESPERA	3	\$687.000
	MESA DE ESPERA	2	\$219.789
	1	\$2.000.000	
	MUEBLE ARCHIVO	5	\$140.000
	MUEBLE ARCHIVO EN L	1	\$399.900
	MUEBLE ARCHIVO	3	\$400.000
	SILLA ARCHIVO	1	\$90.000
	MUEBLES DE SALA DE ESTAR	3	\$687.000
	SILLA TIPO ESCRITORIO	11	\$189.900
ARCHIVADOR	3	\$399.900	
OTROS (INCLUIDO HERRAMIENTAS)	SOPLADORA O ASPIRADORA	5	\$8.000
	PULSERA ANTI ESTÁTICA	5	\$15.000
	BROCHAS	5	\$7.000
	LIMPIADOR DE PANTALLAS	5	\$1.000
	LIMPIADOR DE CIRCUITOS	5	\$15.000



FASTCOMPUTERMAIN
 Siempre dar al cliente más de lo que espera

FastComputerMain

"Siempre dar al cliente más de lo que espera"



Corporación Unificada Nacional
 de Educación Superior

VIGILADA MINEDUCACIÓN

	AIRE COMPRIMIDO	5	\$15.000
	ALCOHOL ISOPROPILICO	5	\$15.000
	CAUTIN	5	\$18.000
	PINZAS DE PUNTA FINA	5	\$25.000
	MULTIMETRO	5	\$5.000
	DESTORNILLADORTOR	5	\$10.000
	DESTORNILLADOR PHILIPS	5	\$10.000
	CD PARA LIMPIAR LECTORAS	5	\$5.000
	PAÑO DE MICRO FIBRAS	5	\$15.000
	PASTA TÉRMICA	5	\$15.000
	TESTER DE FUENTE DE ALIMENTACIÓN	5	\$35.000
	ENTRADAS PCI	5	\$25.000
	LINTERNA	5	\$15.000
	CARGADOR UNIVERSAL	5	\$35.000
	DISCO DURO	5	\$75.000
	UNIDAD DE DISCO FLOPPY	5	\$15.000
	QUEMADOR DE DVD EXTERNO	5	\$95.000
	CONVERTIDOR DE DISCOS INTERNOS	5	\$35.000
	CONVERTIDOR DE USB A PUERTO DE RED	5	\$15.000
	ADAPTADORES	10	\$15.000
GASTOS PRE- OPERATIVOS	ARRIENDO		\$5.000.000
	MUEBLES Y ENCERES		\$15.000.000
	REGISTRO Y DOCUMENTACIÓN LEGAL		\$6.000.000



FastComputerMain
 "Siempre por el cliente más de lo que espera"



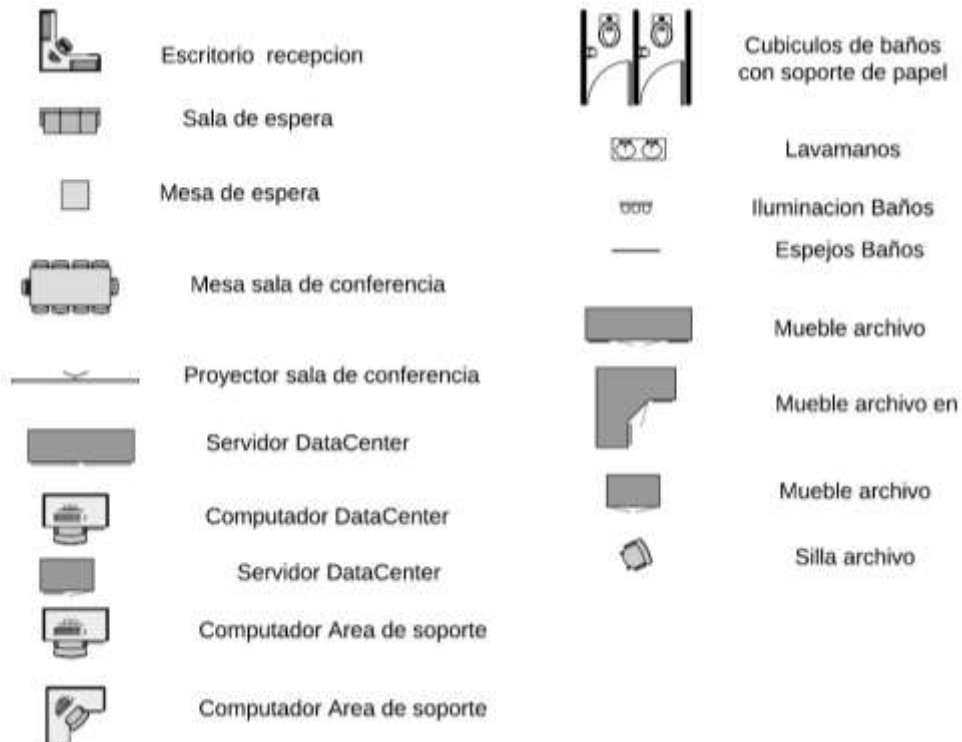
Tabla 9

	ASPECTOS / VARIABLES	VALORES
Método de Instalación	Capacidad total de los equipos (Horas, tonelada, unidades x año)	
PLANTA DE PRODUCCION		
	Capacidad anual	
	Capacidad mensual	
	Nº de días de operación (25 días)	
	Horas de producción	
ESTABLECIMIENTO COMERCIAL	Capacidad total de los equipos (Horas, tonelada, unidades x año)	48
	Capacidad anual	\$ 23.040.000
	Capacidad mensual	
	Nº de días de operación (mensual)	\$ 20.000
	Horas de producción	\$ 2.500

Ilustración XXI



Ilustración XXII





FastComputerMain
 "Siempre sar al cliente mas de lo que espera"



Tabla 10

Bien / Servicio: Mantenimiento preventivo				
Unidades a producir:				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (minutos/horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de productos/unidad de tiempo)
Realizar la solicitud del servicio	5 Minutos	Cliente, aplicación, servidor	1	Se utilizara un computador, conexión a internet, el servidor, una base de datos que guarde la información
Revisar la lista de equipos a los cuales se les realizará el mantenimiento preventivo bien sea por la página WEB o en medio físico.	30 Minutos	Usuario de soporte, aplicación, servidor	3	Se utilizara la información almacenada en la base de datos del servidor y con esta se caracterizaran los mantenimientos preventivos que se realizaran de manera virtual y presencial
Aprobar la cotización del servicio de mantenimiento preventivo mediante el diligenciamiento y entrega de la solicitud de trámite.	5 Minutos	Usuario de soporte, aplicación, servidor	2	Se verificara el proceso que se manejara y con esto se verificara el valor de la cotización que con anterioridad se le envió al cliente, y con nuestra base de datos de conocimiento se verificara si el valor es el correcto



FastComputerMain
 "Siempre sar al cliente mas de lo que espera"



<p>Recibir la visita del responsable de mantenimiento, acompañarlo al lugar donde están ubicados los equipos e informarle si presentan algún inconveniente en su funcionamiento.</p>	<p>1 a 2 Horas</p>	<p>Cliente, persona encargada del soporte, equipo al cual se le realizara el soporte</p>	<p>2</p>	<p>La persona encargada del soporte, le realizara el mantenimiento preventivo debidamente realizado en lo cual el cliente deberá estar presente... Luego de realizar el mantenimiento preventivo el cliente deberá verificar que todo este en orden.</p>
<p>Informar al responsable de mantenimiento si los equipos aún se encuentran en garantía, por mantenimientos realizados anteriormente.</p>	<p>5 Minutos</p>	<p>Cliente, persona encargada del soporte, sistema</p>	<p>2</p>	<p>La persona encargada del soporte deberá verificar en el sistema, si el cliente tiene algún tipo de historial con nosotros y verificar si el servicio esta dentro del servicio de la garantía.</p>
<p>En caso de que sea necesario trasladar los equipos, confirmar por medio de la página Web.</p>	<p>30 minutos</p>	<p>Persona de soporte, sistema</p>	<p>1</p>	<p>Al momento de que la persona de soporte, vea que necesita llevarse el equipo por tema de errores en el equipo de cómputo, deberá reportarlo en el sistema y llevarse el equipo de computo</p>
<p>Recibir el equipo y verificar su correcto funcionamiento.</p>	<p>10 minutos</p>	<p>Cliente</p>	<p>1</p>	<p>El cliente verificara el funcionamiento</p>
<p>Calificar el servicio mediante la firma del campo respectivo del registro de Soporte.</p>	<p>1 minuto</p>	<p>Cliente</p>	<p>1</p>	<p>Por medio del sistema, el cliente valorara el servicio</p>
<p>Total</p>	<p>2 horas y 51 minutos</p>			



FastComputerMain
"Siempre por el cliente más de lo que espera"



Tabla 11

Bien / Servicio: Mantenimiento correctivo				
Unidades a producir:				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (minutos/horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de productos/unidad de tiempo)
Realizar la solicitud de mantenimiento por medio de la página Web.	2 Horas	Personal de soporte	1	Programas de software, drivers del computador, sistema operativo
Recibir la visita del responsable de mantenimiento, acompañarlo al lugar donde está ubicado el equipo e informarle los problemas que presenta.	1 Hora	Personal de soporte, cliente	1	Equipo de cómputo, programas de software y sistema operativo
Informar al responsable de mantenimiento si el equipo aún se encuentra en garantía, por mantenimientos realizados anteriormente.	5 Minutos	Personal de soporte, sistema	1	El personal de soporte ingresa al sistema y verifica si el cliente tiene garantía
En caso de que sea necesario trasladar los equipos, confirmar por medio de la página Web.	30 Minutos	Personal de soporte, sistema	1	El personal de soporte deberá ingresar al sistema y añadir la opción de trasladar el equipo, ya que no se le pudo solucionar el problema en el domicilio
Comprar los repuestos requeridos para la reparación del equipo.	1 Hora	Personal de soporte, encargado del área de contabilidad	1	Si es necesario se les compraran las partes originales a los computadores.
Recibir el equipo y verificar su correcto funcionamiento.	10 Minutos	Cliente	1	Se le entrega el equipo de computo al cliente y este verificara su funcionamiento
Calificar el servicio mediante la firma del campo respectivo del registro de Soporte.	5 Minutos	Cliente	1	Por medio del aplicativo realizara una encuesta del servicio

Ilustración XXIV

¿Que problema estas tratando de resolver?



El cliente presenta fallas en su casa y por temas de COVID y presupuesto no puede llevar el equipo algún sitio conocido

Ilustración XXV



FASTCOMPUTERMAIN
Siempre por el cliente más de lo que espera

FastComputerMain

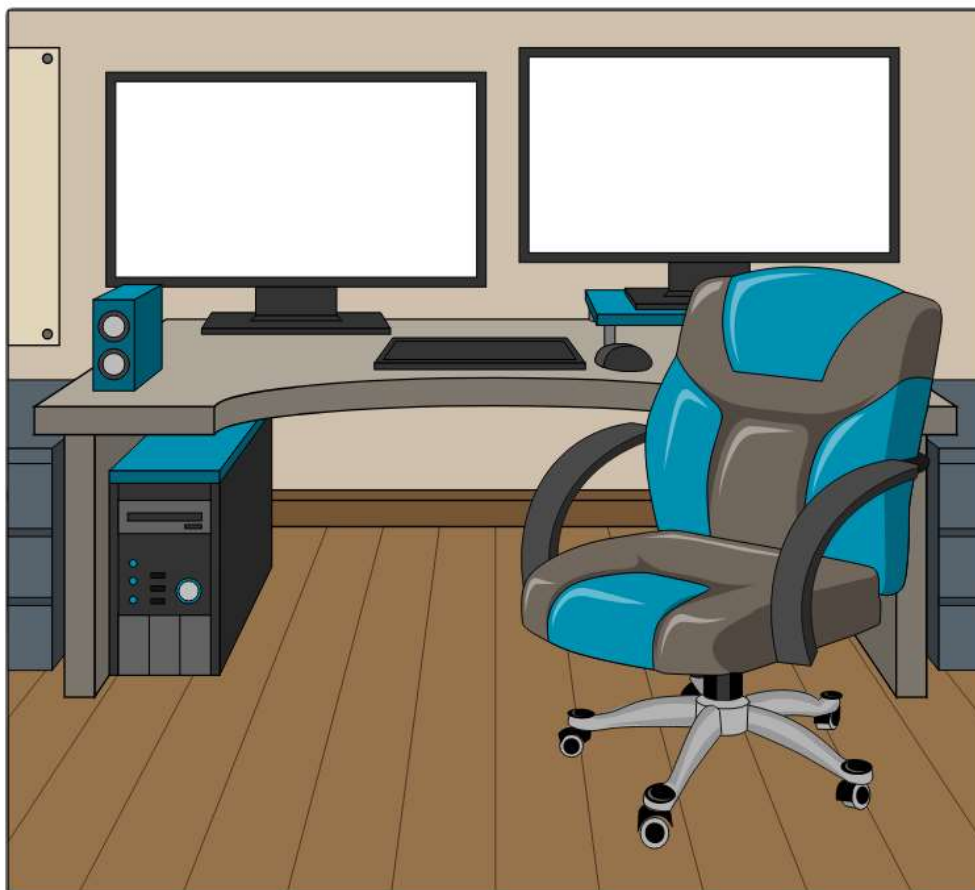
"Siempre sar al cliente mas de lo que espera"

cin

Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

VIGILADA MINEDUCACIÓN

¿Cómo resolverás este problema?



**Con soporte remoto, soporte en casa y una pagina web con
productos con garantía en todos los servicios**

Ilustración XXVI

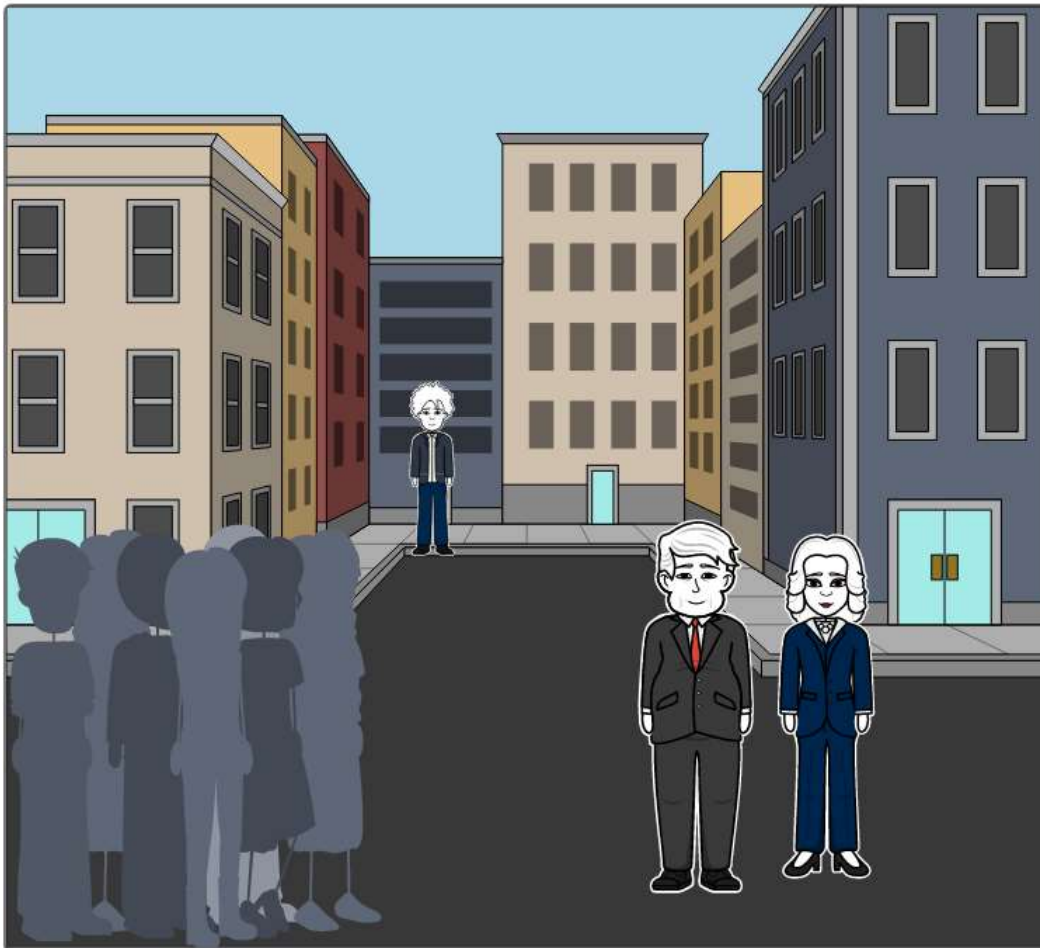
Cuál es el primer paso?



Una pagina web con el portafolio con todos nuestros servicios.

Ilustración XXVII

¿Quién es tu público objetivo?



Familias, pymes, personas que laboran independientes.

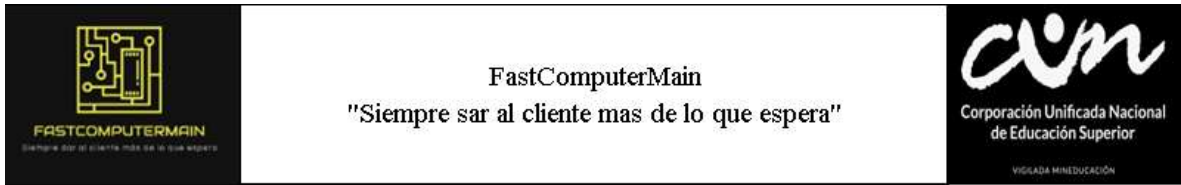






Ilustración XXVIII

 FASTCOMPUTERMAIN <small>Siempre ser al cliente más de lo que espera</small>	FastComputerMain "Siempre ser al cliente más de lo que espera"	 Corporación Unificada Nacional de Educación Superior <small>VIGILADA MINEDUCACIÓN</small>
--	---	--

 FASTCOMPUTERMAIN <small>Siempre ser al cliente más de lo que espera</small>	FastComputerMain Siempre ser al cliente más de lo que espera	 Corporación Unificada Nacional de Educación Superior <small>VIGILADA MINEDUCACIÓN</small>
CODIGO: FCM-S-001	VERSION: 2.1.0	FECHA: 04/11/2020

Ficha Tecnica III De Servicio

Nombre del Servicio	Mantenimientos Preventivos y Correctivos a equipos de computo.
Objetivo	Brindar servicios de mantenimiento preventivo y correctivo, soporte técnico y atención de requerimientos de usuario conforme a las buenas prácticas y requerimientos que presenten los usuarios (Naturales - Pymes).
Metodologia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estrategia del Servicio: Se propone tratar la gestion no solo como una capacidad para atender los servicio sino como un activo estrategico a largo plazo. 2. Diseño del Servicio: Se implementan los principios y métodos necesarios para transformar los objetivos estratégicos en portafolios de servicios y potenciales activos. 3. Cambios del Servicio: Se implementa el proceso de cambio para la integracion de nuevos servicios o la mejora de los mismos. 4. Operación del Servicio: Se brindan las mejores prácticas para la gestión del día a día en la operación del servicio. 5. Mejora Continua del Servicio: proporciona una guía para la creación y mantenimiento del valor ofrecido a los clientes a través de un diseño, transición y operación del servicio optimizado.
Descripcion general (Mantenimiento Preventivo)	<p>Para la atención de solicitudes de mantenimiento preventivo Pasos a seguir:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar la solicitud del servicio. 2. Revisar la lista de equipos a los cuales se les realizará el mantenimiento preventivo bien sea por la pagina WEB o en medio fisico. 3. Aprobar la cotización del servicio de mantenimiento preventivo mediante el diligenciamiento y entrega de la solicitud de trámite. 4. Recibir la visita del responsable de mantenimiento, acompañarlo al lugar donde están ubicados los equipos e informarle si presentan algún inconveniente en su funcionamiento. 5. Informar al responsable de mantenimiento si los equipos aún se encuentran en garantía, por mantenimientos realizados anteriormente. 6. En caso de que sea necesario trasladar los equipos, confirmar por medio de la pagina Web. 7. Recibir el equipo y verificar su correcto funcionamiento. 8. Calificar el servicio mediante la firma del campo respectivo del registro de Soporte.



FASTCOMPUTERMAIN
Siempre por el cliente más de lo que espera

FastComputerMain

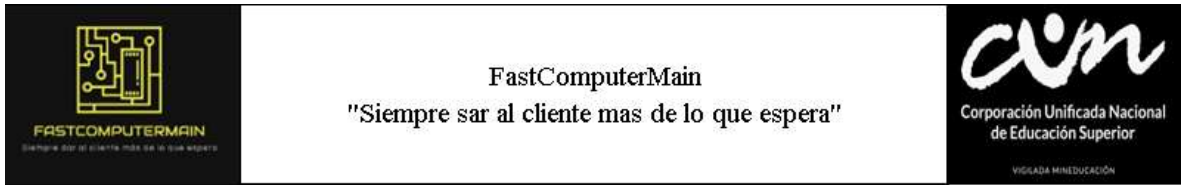
"Siempre por el cliente más de lo que espera"



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

VICELABIA MINEDUCACIÓN

Descripción general (Mantenimiento Correctivo)	Para la atención de solicitudes de mantenimiento correctivo Pasos a seguir: 1. Realizar la solicitud de mantenimiento por medio de la página Web. 2. Recibir la visita del responsable de mantenimiento, acompañarlo al lugar donde está ubicado el equipo e informarle los problemas que presenta. 3. Informar al responsable de mantenimiento si el equipo aún se encuentra en garantía, por mantenimientos realizados anteriormente. 4. En caso de que sea necesario trasladar los equipos, confirmar por medio de la página Web. 5. Comprar los repuestos requeridos para la reparación del equipo. 6. Recibir el equipo y verificar su correcto funcionamiento. 7. Calificar el servicio mediante la firma del campo respectivo del registro de Soporte.
Duración	La duración de los Mantenimientos corresponden: MANTENIMIENTO PREVENTIVO: 3 días hábiles. MANTENIMIENTO CORRECTIVO: 7 días hábiles.
Entregables	MANTENIMIENTO PREVENTIVO Se entrega el equipo con un excelente funcionamiento junto con un sticker que informa la fecha en la que se realizó el mantenimiento preventivo, la fecha del próximo mantenimiento preventivo y la firma del agente que realizó el mantenimiento. Adicionalmente se entrega al usuario un informe detallado del servicio realizado. MANTENIMIENTO CORRECTIVO Se entrega el equipo con un excelente funcionamiento junto con el informe detallado del servicio realizado.
Perfil del Cliente	Los usuarios que busquen nuestro servicio serán personas naturales e inicialmente PYMES quienes presenten fallas con sus equipos de cómputo y deseen llegar a una solución, también potenciar la importancia de los mantenimientos Preventivos periódicamente y en un caso extremo soliciten el mantenimiento Correctivo propiamente, enfocados principalmente en la ciudad de Bogotá D.C y en sus diferentes localidades, quienes contarán con un servicio de soporte técnico eficaz, oportuno, efectivo y a un buen precio desde la comodidad del hogar ya que contaremos con servicios a domicilio donde el cliente no tendrá que desplazarse a nuestro punto.
Perfil de quien entrega el Servicio	



Bibliografías.

<https://es.wikipedia.org/wiki/Wix.com>

<https://websitebuildertips.com/es/inicio/>