

Desarrollo de un plan de marketing estratégico y operativo para la marca Doggies

PROBLEMA

El mercado e industria de alimentos para mascotas ecuatoriano es muy agresivo , ya que cuenta con muchos competidores y lideres posicionados con una notable participación. Doggies es una marca de alimento canino que compite dentro de la categoría estándar, pero su participación es solo el 1% cuenta con recursos limitados que dificultan la distribución, logística y comercialización del producto a nivel nacional. Además, no está posicionada en la mente de los consumidores pese a ser un alimento con una relación precio-calidad excelente

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de marketing para la marca Doggies que le permita posicionar a la marca, ampliar su cuota de mercado en un 15% y lograr un incremento en ventas del 30% anual para los próximos 3 años.



PROPUESTA

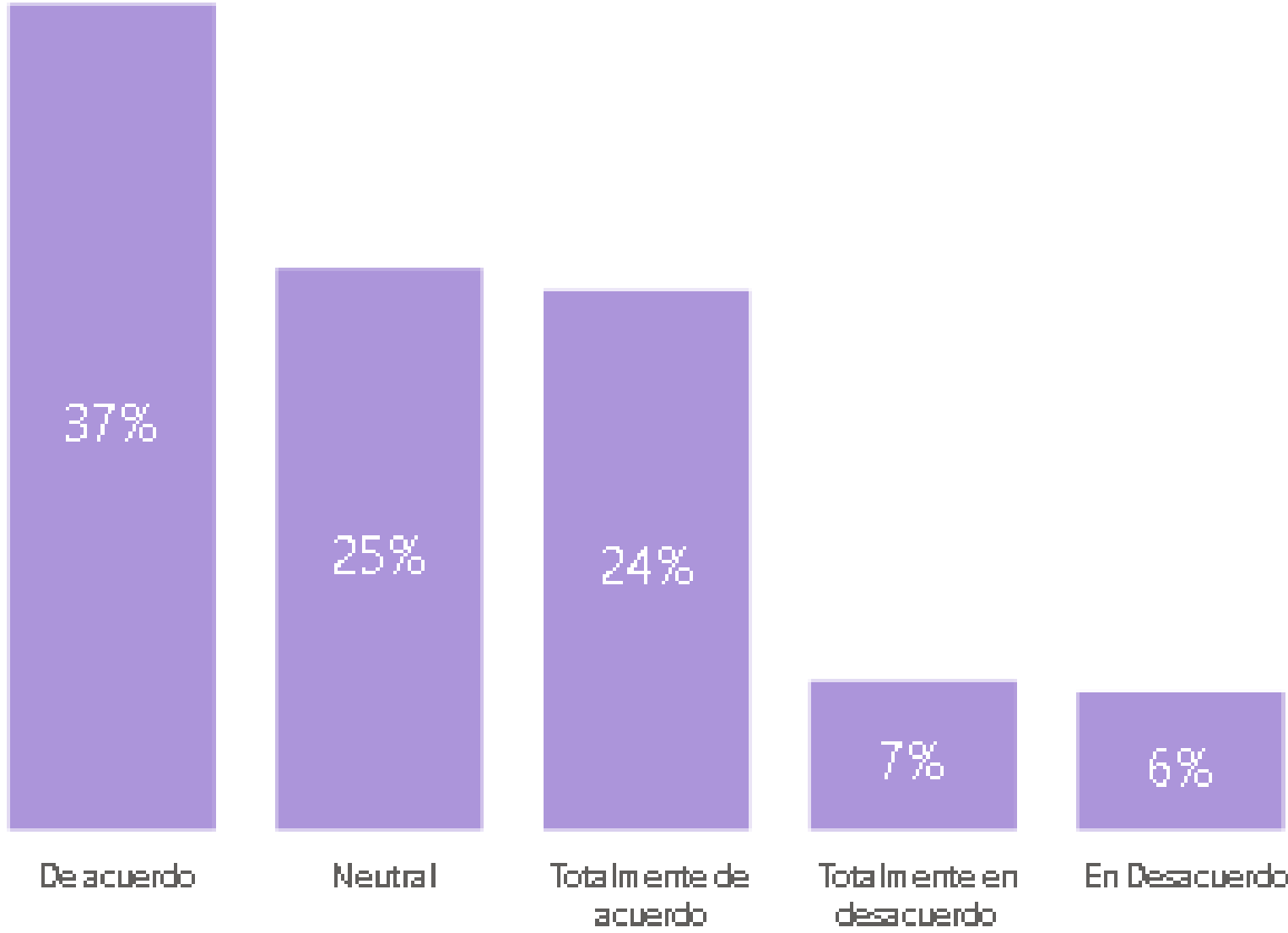
Doggies es un alimento canino de bajo costo con calidad estándar, es una marca con responsabilidad social, que va a satisfacer las necesidades del consumidor. Se encuentra en etapa de introducción al mercado, para lo cual se ha desarrollado una estrategia de marketing basada en el liderazgo en costos, un sistema de distribución multicanal (Distribuidores, mayoristas y minoristas), una campaña de comunicación agresiva en redes sociales, y eventos que permitan generar reconocimiento de marca.



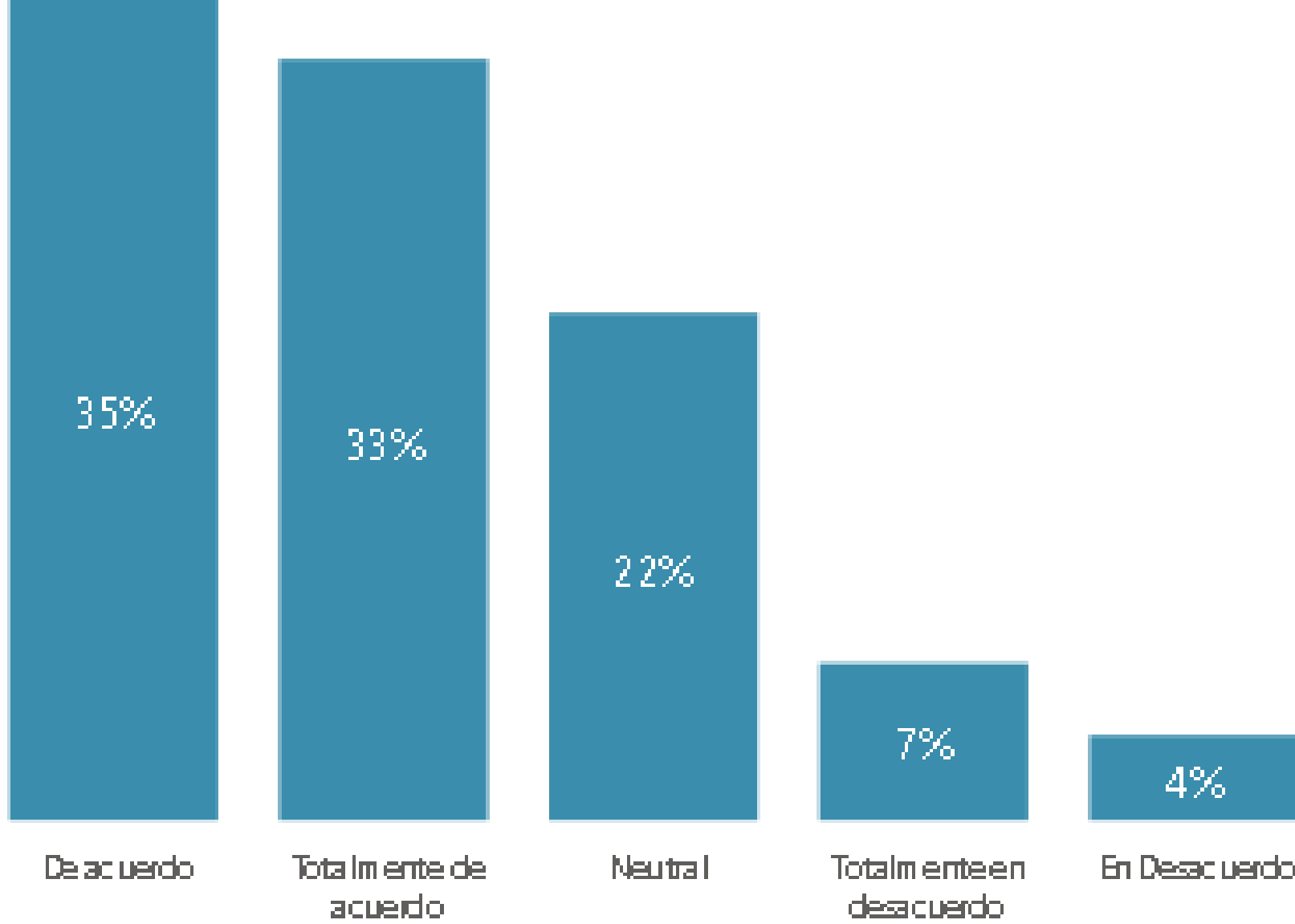
RESULTADOS

De acuerdo con la investigación de mercados, el 61% de los encuestados comprarían el producto para probarlo, lo que representa una gran oportunidad para la marca, y el 68% de los encuestados desean saber más sobre la marca.

¿Compraría Doggies para probar el producto?



¿Me gustaría saber más sobre este producto?



CONCLUSIONES

Doggies es un producto aceptado por el público objetivo, puesto que es de bajo costo y de buena calidad. La estrategia planteada permitirá que la marca termine su primer año de ejercicio con un mayor reconocimiento de marca a nivel nacional y un 2% de participación de mercado, lo que representa alrededor de 3 millones de dólares en ventas. Por lo que se concluye que Doggies es un producto rentable.