

Funcionament d'un negoci minorista

RECYCLED
STYLE



- Índice

Definició de la cartera de productes i classificació.	4
Diferenciació dels productes/serveis vers els de la competència a partir dels seus elements i atributs distintius.	24
Disseny d'accions d'animació i publicitat al punt de venda	26
Disseny i muntatge d'un aparador.	34
Creació del pla de màrqueting digital.	40
Creació del catàleg de productes.	43
Creació de les accions de captació, fidelització i comunicació de/amb la clientela.	44
Realització del compte de resultats.	45

- **Definició de la cartera de productes i classificació.**

GAMMA: ROPA MUJER

- CAMISETA MANGA CORTA

- Camiseta entallada, de cuello redondo y manga corta.
- La forma del patrón se ajusta perfectamente a la silueta femenina.
- Confeccionada con punto liso de 100% algodón orgánico OCCGuarantee hipoalergénico.
- Tejido de tacto suave, con caída y agradable al cuerpo.
- Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.
- Color: Beige



- CAMISETA MANGA LARGA

- Camiseta entallada, de cuello redondo y manga larga.
- La forma del patrón se ajusta perfectamente a la silueta femenina.
- Confeccionada con punto liso de 100% algodón orgánico OCCGuarantee hipoalergénico.
- Tejido de tacto suave, con caída y agradable al cuerpo.
- Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.
- Color: Beige



- CAMISETA MANGA ¾

- Camiseta entallada, de cuello redondo y manga larga.
- La forma del patrón se ajusta perfectamente a la silueta femenina.
- Confeccionada con punto liso de 100% algodón orgánico OCCGuarantee hipoalergénico.
- Tejido de tacto suave, con caída y agradable al cuerpo.
- Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.
- Color: Beige



- CAMISETA TIRANTES

-Camiseta de tirantes finos ajustada.

-Confeccionada con tejido de punto inglés que da cierta elasticidad a la prenda permitiendo que se adapte a todo tipo de cuerpos, dibujando la forma femenina, envolviéndola de forma suave y aportando total comodidad.

-Tejido de 100% algodón orgánico OCCGurantee hipoalergénico, de tacto suave y agradable. Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.

-Color: Beige



- PANTALÓN PIJAMA LARGO

- Pantalón largo, ajustado y de bajo recto con cordón en cintura.
- Confeccionado con tejido de punto inglés que da cierta elasticidad a la prenda permitiendo que se adapte a todo tipo de cuerpos, envolviéndolos de forma suave y aportando total comodidad.
- Tejido de 100% algodón orgánico OCCGurantee hipoalergénico, de tacto suave y agradable al cuerpo.
- Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.
- Color: Beige



ROPA INTERIOR

- TANGA TIRA

- Tanga con tira lateral de 100% algodón orgánico OCCGuarantee hipoalergénico.
- Confeccionada con tejido de punto liso sin elastano, de tacto suave y agradable al cuerpo.
- Al no contener esta fibra elástica recomendamos escoger la talla de uso habitual o incluso una talla más.
- Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.
- Color: Beige



- PACK X3 TANGA TIRA

-2 opciones de pack: 3 tangas en color crudo o 3 tangas en colores variados (crudo, rallado y marrón).

-Tanga con tira lateral de 100% algodón orgánico OCCGuarantee hipoalergénico.

-Confeccionada con tejido de punto liso sin elastano, de tacto suave y agradable al cuerpo.

-Al no contener esta fibra elástica recomendamos escoger la talla de uso habitual o incluso una talla más.

-Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.



- BRAGA ALTA

- Braguita de cintura alta de 100% algodón orgánico OCCGuarantee hipoalergénico.
- Confeccionada con tejido de punto inglés sin elastano de tacto suave y agradable al cuerpo.
- Esta estructura de tejido, permite que sin contener elastano se adapte perfectamente al cuerpo ya que le proporciona cierta elasticidad.
- Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.
- Color: Beige



- PACK X2 BRAGA ALTA

- 2 opciones de pack: 2 braguitas en color crudo o 2 braguitas en colores variados (crudo y marrón).
- Braguita de cintura alta de 100% algodón orgánico OCCGuarantee hipoalergénico.
- Confeccionada con tejido de punto inglés sin elastano de tacto suave y agradable al cuerpo.
- Esta estructura de tejido, permite que sin contener elastano se adapte perfectamente al cuerpo ya que le proporciona cierta elasticidad.
- Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.



- BRAGA BIKINI

- Braguita de corte clásico de 100% algodón orgánico OCCGuarantee hipoalergénico.
- Confeccionada con tejido de punto liso sin elastano de tacto suave y agradable al cuerpo.
- Al no contener esta fibra elástica, recomendamos escoger la talla de uso habitual o incluso una talla más.
- Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.
- Color: Marrón clarito



- PACK X3 BRAGA BIKINI

- 2 opciones de pack: 3 braguitas en color crudo o 3 braguitas en colores variados (crudo, rallado y marrón).
- Braguita de corte clásico de 100% algodón orgánico OCCGuarantee hipoalergénico.
- Confeccionada con tejido de punto liso sin elastano de tacto suave y agradable al cuerpo.
- Al no contener esta fibra elástica, recomendamos escoger la talla de uso habitual o incluso una talla más.
- Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.



GAMMA: ROPA HOMBRE

- CAMISETA MANGA LARGA

- Camiseta corte recto, cuello redondo y manga larga.
- La forma del patrón da total comodidad y libertad al cuerpo.
- Confeccionada con punto liso de 100% algodón orgánico OCCGuarantee hipoalergénico.
- Tejido de tacto suave, con caída y agradable al cuerpo.
- Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.
- Color: Beige



- CAMISETA AJUSTADA MANGA CORTA

- Camiseta de corte ajustado, cuello redondo y manga corta.
- Confeccionada con tejido de punto inglés que da cierta elasticidad a la prenda permitiendo que se adapte a todo tipo de cuerpos, envolviéndolos de forma suave y aportando total comodidad.
- Tejido de 100% algodón orgánico OCCGurantee hipoalergénico, de tacto suave y agradable al cuerpo.
- Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.
- Color: Beige



- CAMISETA TIRANTES AJUSTADA

- Camiseta de tirantes anchos, de corte ajustado y cuello redondo.
- Confeccionada con tejido de punto inglés que da cierta elasticidad a la prenda permitiendo que se adapte a todo tipo de cuerpos, envolviéndolos de forma suave y aportando total comodidad.
- Tejido de 100% algodón orgánico OCCGurantee hipoalergénico, de tacto suave y agradable al cuerpo.
- Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.
- Color: Beige



- PANTALÓN PIJAMA LARGO

- Pantalón largo, holgado y de corte recto.
- Goma floja en cintura que permite total comodidad.
- Confeccionado en punto liso de 100% algodón orgánico OCCGuarantee hipoalergénico.
- Tejido de tacto suave, con caída y agradable al cuerpo.
- Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.
- Color: Beige



- PANTALÓN PIJAMA CORTO

- Pantalón corto, holgado y de corte recto.
- Goma floja en cintura que permite total comodidad.
- Confeccionado en punto liso de 100% algodón orgánico OCCGuarantee hipoalergénico.
- Tejido de tacto suave, con caída y agradable al cuerpo.
- Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.
- Color: Beige



INTERIOR HOMBRE

- SLIP PACK 2

- 2 opciones de pack: 2 slip (1 en color crudo y 1 en rayado) o 2 slip (1 en color crudo y 1 en marrón)
- Calzoncillo tipo slip de 100% algodón orgánico OCCGuarantee hipoalergénico.
- Confeccionado con tejido de punto inglés sin elastano de tacto suave y agradable al cuerpo.
- Esta estructura de tejido, permite que sin contener elastano se adapte perfectamente al cuerpo ya que proporciona cierta elasticidad.
- Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.



- BOXER AJUSTADO CORTO

- Calzoncillo boxer ajustado de 100% algodón orgánico OCCGuarantee hipoalergénico.
- Confeccionado con tejido de punto inglés sin elastano de tacto suave y agradable al cuerpo.
- Esta estructura de tejido, permite que sin contener elastano se adapte perfectamente al cuerpo y a sus formas ya que proporciona cierta elasticidad.
- Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.
- Color: Beige



- BOXER CON BOTONES

- Calzoncillo boxer con botones decorativos de 100% algodón orgánico OCCGuarantee hipoalergénico.
- Confeccionado con tejido de punto inglés sin elastano de tacto suave y agradable al cuerpo.
- Esta estructura de tejido, permite que sin contener elastano se adapte perfectamente al cuerpo y a sus formas ya que proporciona cierta elasticidad.
- Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.
- Color: Beige



GAMMA: ACCESORIOS

- GORRO TRICOT

- Gorro de punto unisex y de galga media.
- Estructura de canalé que da cierta elasticidad al tejido adaptándose perfectamente a las formas de cada usuario.
- Dos posiciones de uso, con el bajo doblado o sin doblar, dando un aspecto más holgado.
- Tejido con hilo de 100% algodón orgánico OCCGurantee hipoalergénico, de tacto suave y agradable al cuerpo.
- Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.
- Color: beige y marrón claro



- BUFANDA INFINITY

- Bufanda de punto unisex, de galga media y de forma circular.
- Estructura de canalé que da cierta elasticidad al tejido adaptándose perfectamente a las formas de cada usuario.
- Varias posiciones de uso, para que el usuario pueda escoger el máximo confort.
- Tejido con hilo de 100% algodón orgánico OCCGarantee hipoalergénico, de tacto suave y agradable al cuerpo.
- Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.
- Color: beige y marrón claro



- GUANTES

- Guantes de punto unisex y de galga media.
- Tejido con hilo de 100% algodón orgánico OCCGurantee hipoalergénico, de tacto suave y agradable al cuerpo.
- Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.
- Color: marrón claro



- CALCETÍN SPORT 96% ALGODÓN ORGÁNICO + 4% ELASTANO

-Calcetines finos y tobilleros tipo sport.

-Tejidos con un 4% de elastano y 96% de algodón orgánico OCCGuarantee de tacto suave y agradable.

-La fibra elástica hace que se adapte perfectamente a la forma de la extremidad, asegurando la máxima comodidad. Ideales para el día a día y para hacer deporte.

-Color: beige



- CALCETÍN FINO 96% ALGODÓN ORGÁNICO + 4% ELASTANO

-Calcetines finos de largo medio.

-Tejidos con un 4% de elastano y 96% de algodón orgánico OCCGuarantee de tacto suave y agradable.

-La fibra elástica hace que se adapte perfectamente a la forma de la extremidad, asegurando la máxima comodidad. Ideales para el día a día.

-Color: marrón



- CALCETÍN FINO 100% ALGODÓN ORGÁNICO

- Calcetines finos de largo medio de 100% algodón orgánico OCCGuarantee hipoalergénico.
- Tejido de tacto suave y agradable, ideaes para el día a día.
- Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.
- Color: marrón



- CALCETÍN RIZO 100% ALGODÓN ORGÁNICO

- Calcetines de largo medio con estructura de rizo en el interior de 100% algodón orgánico OCCGuarantee hipoalergénico.
- Esta característica los hace un poco más gruesos, dando más abrigo y confort al pie.
- Tejido de tacto suave y agradable, ideal para estar por casa.
- Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.
- Color: marrón



- MASCARILLA ERGONÓMICA REUTILIZABLE

-Mascarilla con doble cara de tejido de Algodón Orgánico Certificado GOTS (Global Organic Textile Standard) de alta densidad de hilos para maximizar la protección. El tejido de Algodón Orgánico tiene un tacto suave, respetuoso con la piel y libre de tintes y químicos. La impermeabilidad del tejido interior elimina la posibilidad de que las partículas húmedas que generamos traspasen al exterior así como las del exterior al interior. Este tejido tiene la particularidad de permitir evacuar el vapor generado por el propio usuario y retener las partículas húmedas

-El algodón no está considerado un tejido óptimo para la protección contra el COVID19 por su capacidad de retener humedad. No obstante con el tejido impermeable interior de este modelo ofrecemos una protección real contra el contagio a terceros.

-Todos los componentes de este modelo son locales y han sido producidos de forma artesanal.



- MASCARILLA ERGONÓMICA REUTILIZABLE INFANTIL

-Mascarilla con doble cara de tejido de Algodón Orgánico Certificado GOTS (Global Organic Textile Standard) de alta densidad de hilos para maximizar la protección. El tejido de Algodón Orgánico tiene un tacto suave, respetuoso con la piel y libre de tintes y químicos. La impermeabilidad del tejido interior elimina la posibilidad de que las partículas húmedas que generamos traspasen al exterior así como las del exterior al interior. Este tejido tiene la particularidad de permitir evacuar el vapor generado por el propio usuario y retener las partículas húmedas

-El algodón no está considerado un tejido óptimo para la protección contra el COVID19 por su capacidad de retener humedad. No obstante con el tejido impermeable interior de este modelo ofrecemos una protección real contra el contagio a terceros.

-Todos los componentes de este modelo son locales y han sido producidos de forma artesanal.



- Video Recycled Style **gamas** en la entrega del documento, ya que el video no se puede poner en el documento de google.
- Para poder visualizar el video en la entrega está el video adjuntado para que puedan verlo.

- **Diferenciació dels productes/serveis vers els de la competència a partir dels seus elements i atributs distintius.**

1. Desarrollo:

Un elemento clave en la política de producto es la diferenciación.

La diferenciación es una estrategia de marketing que intenta resaltar las características del producto o servicio, sustanciales o accesorios, que pueden contribuir a percibir como único nuestro producto o servicio, y de esta forma crear una situación de monopolio en el mercado.

Esta diferenciación puede llevarse a cabo mediante la marca, el envase, la publicidad, el precio, la distribución o los servicios añadidos.

Cabe destacar que la diferenciación también puede ser subjetiva, ya que los consumidores pueden percibir que una marca es diferente a otra, no por sus características objetivas, sino por la idea que se han hecho de la empresa y su imagen.

Nuestra tarea será desarrollar estas estrategias en nuestros productos con el fin de contar con ventajas frente a nuestra competencia.

- Recycled Style se diferencia por su filosofía innovadora y cautivadora con el medio ambiente, también disponemos de un embalaje de nuestros productos que dominan sobre la competencia evidencian que marcamos la diferencia.
- En cuanto a la publicidad nosotros marcamos diferencias puesto que hacemos uso de todas las redes sociales más usadas por nuestra clientela día a día (Instagram, TikTok, Facebook...) refiriéndonos al TikTok ya disponemos de videos que gracias a nuestro público tenemos una gran cantidad de seguidores que hacen que la marca se dé más a conocer, en nuestras redes sociales tenemos un apartado con un Bot con inteligencia artificial que te resuelve las dudas en el segundo.
- Sin referirnos a las características objetivas, nuestra empresa tiene las ideas claras y hacemos que nuestros clientes sean partícipes de nuestra filosofía y les aportemos una imagen de personas comprometidas y responsables que velan por un mundo mejor.

Ivana, Miriam, Max, Joan

- Refiriéndonos a nuestro local, a diferencia de los demás, el clima de la tienda es diferente al resto ya que disponemos de un árbol en medio de la tienda que marca diferencias respecto a las demás, está toda ambientada con muebles hechos en partir de madera reciclada, las paredes verdes.



- Disseny d'accions d'animació i publicitat al punt de venda

Introducción : En esta tarea lo que haremos será crear una campaña de Marketing sensorial en la que juntaremos los 5 tipos de Marketing sensorial para crear una experiencia diferente en un nuevo proyecto. Todas las propuestas previamente hechas se aplicarán tanto en la tienda física como en la Pop Up.

Estrategias de marketing sensorial

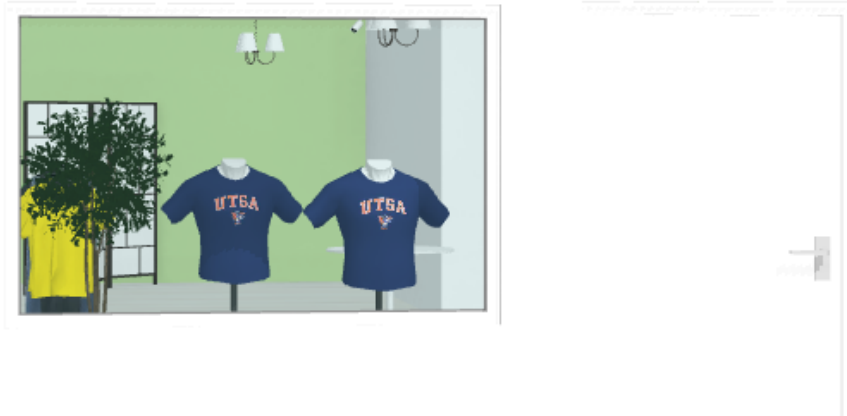
Marketing visual

En Recycled Style nuestra manera de hacer el Marketing visual de la tienda sería hacer diferentes Pop Up, en los lugares más concurridos, como ferias de tiempo, como centros comerciales o plazas conocidas y concurridas. La forma en la que haríamos el Marketing Visual, sería de la siguiente manera.

Haríamos Pop Up en forma de caja de cartón para que se vea que es una tienda eco y desde la parada que preparamos hasta la ropa todo es ecológico, y por dentro estaría decorado como un pequeño bosque, para dar aún más el efecto de naturaleza que buscamos para vender, seguido que en la entrada estaría nuestro árbol el cual es el de la marca y el del objetivo que tenemos vendiendo nuestros productos.

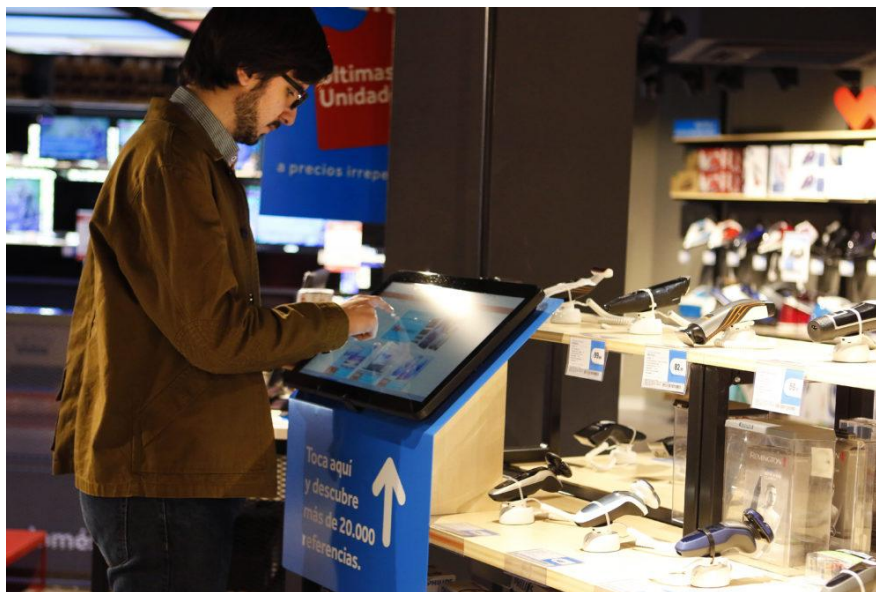


También optaríamos por poner un árbol en el escaparate como teníamos pensado para así llamar la atención de todo aquel que pase por delante.



Marketing auditivo

En este caso, lo que haríamos en la tienda sería tener en la entrada del lado opuesto donde esté el escaparate con el árbol, una tablet con su soporte y una gran lista de canciones en una de las aplicaciones ya puestas en mercado, que concuerden con la tienda, y que los clientes escojan qué canción creen que es la más adecuada con la tienda, y que la pongan, a final del mes se verá cuál ha sido la canción que más les recordaba a nuestra tienda y por lo tanto será la canción del mes. Así vemos con qué ritmo y melodía nos relacionan, y si nos parece adecuado o deberíamos cambiar cosas para que nos relacionen musicalmente diferente.



Marketing olfativo

Para el Marketing olfativo lo que pondremos serán unos humidificadores ecológicos y con aromas varios de bosque, naturaleza, plantas... básicamente olores que te recuerden al medioambiente, a cuando vas a la montaña y respiras ese aire puro con ese olor a las diferentes plantas, a toda esa flora, para que así los clientes cuando huelan ese olor sin mirar la tienda sepan cual és y recuerden nuestra tienda también por el olor aparte de por todo nuestro negocio.

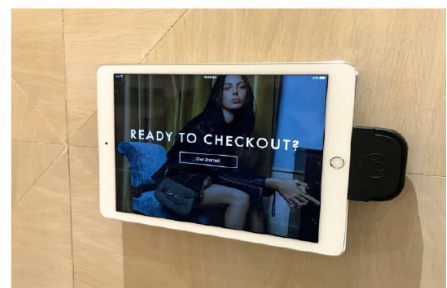


Marketing táctil

En el caso del Marketing táctil, al ser una tienda de ropa lo que más harán los clientes es mirar y tocar nuestros productos por lo que ahí tendrán la parte sensorial táctil, pero podríamos tener en la isla del medio de la tienda una especie de libro con muestras de tipos de tela de algodón ecológico y con los diferentes colores respetando los colores del algodón; blanco roto, beige, marrón y tonalidades verdes. El libro explicaría la procedencia de esta tela y sus componentes.



Otra buena estrategia de marketing táctil podría ser tener una pantalla táctil en la que los clientes pudieran interactuar mirando los futuros lanzamientos de la tienda, hacer pedidos online, etc...)



Marketing gustativo

En cuanto al Marketing gustativo, al ser una tienda de ropa, es un tipo de Marketing sensorial que nos queda grande pero... ¿por qué no poder hacerlo? Podríamos en los envíos poner unas chuches veganas y ecológicas, 100% de frutas naturales en unas bolsitas ecológicas, para cuando los clientes hagan un pedido, y para físicamente en la tienda también tener una caja llena de esas bolsas preparadas aparte de en un lugar de la tienda tener un bol con unas piruletas veganas (verdes estaría de sabor melón, kiwi, manzana, lima...)

De esta manera seguimos con lo de cuidar el medio ambiente y potenciamos el consumo de productos veganos y 100% naturales y artesanos.



Mobiliario expositor

Mobiliario de la tienda Recycled Style

En el documento puesto está el mobiliario de nuestra tienda para exponer, en el escaparate tendremos el árbol más podríamos poner al lado este tipo de mueble/escalera expositor, para poner algunas prendas y algún tipo de decoración acorde con la tienda para así llamar la atención del cliente con solo echar un vistazo al escaparate.

Este mueble será un mueble el cual dependiendo de la temporada se irá decorando de manera diferente ya que no será un mueble normal sino para temporadas.



Reclamos visuales, elementos gráficos y otros elementos de animación.

-Para los reclamos visuales y elementos gráficos un tótem en la tienda con las novedades para hacer que la gente lo compre, flashes y displays de precio en el lineal.



Otros elementos.

Como he dicho antes también dispondremos de una pantalla táctil con la música y otra con los artículos que vendemos en tienda y online.

El packaging en la tienda física sería de bolsas de cartón con nuestro logo en el medio y un lazo de algodón para cerrarla. de lo contrario para un envío sería una caja con nuestro logo dentro algún relleno reciclable ecológico, la ropa con el sobre de chuches y cerrado con una cinta de papel con nuestro nombre de empresa.

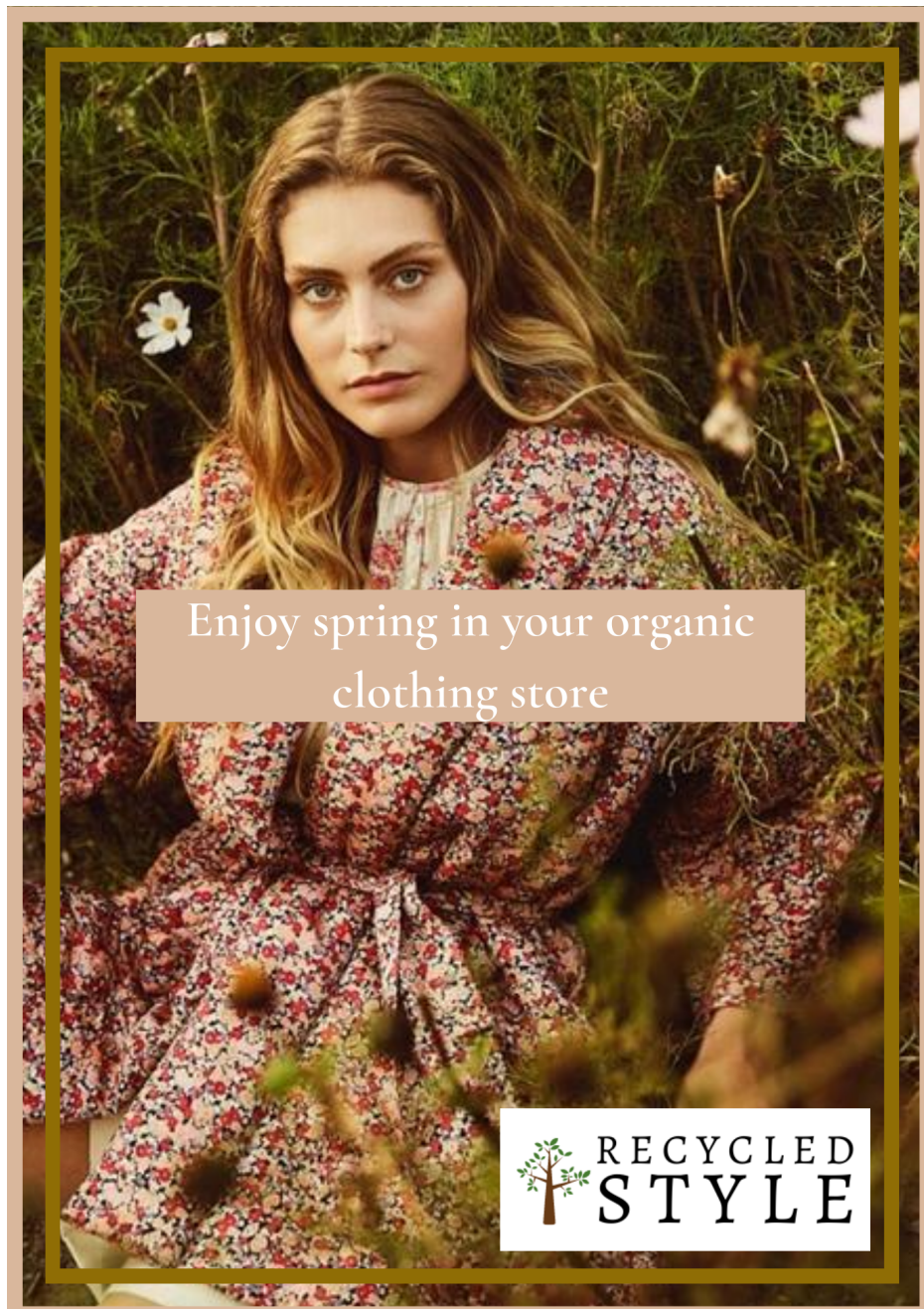
Estrategia y diseño de cartelería.**-Cartelería identificatoria de las secciones del establecimiento.**

Nuestra tienda al ser una tienda pequeña no nos haría falta grandes carteles para dividir las secciones, podríamos tener carteles en lo alto de la sección el la que estemos, ya sean pantalones, camisetas o ropa interior, unos carteles pequeños pero a la vista.



-Cartelería para cualquier motivo comercial que creas conveniente.

También dependiendo de la temporada podríamos tener carteles con la temática; navidad, halloween, san valentín, pascuas... todas aquellas fechas excusa para decorar un poco la tienda físicamente con carteles y sino cuando son las rebajas.



- **Disseny i muntatge d'un aparador.**

Introducción : En esta actividad lo que hemos hecho ha sido crear un diseño a mano y en programa de lo que sería nuestro escaparate, los muebles que pondremos para el mismo y el briefing.

Briefing:

- Descripció del producte o productes a exposar-hi.

El producto que expondremos serán las camisetas juntos con el árbol que significa el símbolo de la marca y el que el producto es ecológico y sostenible.

Descripción de las camisetas :

Confeccionada con punto liso 100% algodón orgánico, hipoalergénico.

Tejido de tacto suave, con caída y agradable al cuerpo.

Libre de químicos y para todo tipo de pieles, también atópicas.

- Objectiu/s de l'aparador.

El objetivo de nuestro escaparate es hacer que llame a los que pase por la calle y que les llame la atención como para entrar, con el árbol dando esa imagen de cuidar al medio ambiente y de la pureza de la tienda y nuestros productos.

Otro de nuestros objetivos es aumentar las ventas y las entradas a tienda con la buena imagen del escaparate.

- Situació i característiques de l'establiment comercial.

La situación de nuestra tienda es que es una nueva empresa en crecimiento.

Las características del establecimiento comercial son de una tienda ecológica, pequeña, con los aires de naturaleza y simplicidad, lo que buscábamos era crear una tienda simple y que llame la atención.

- Tipus d'aparador, característiques i visibilitat.

El tipo de escaparate que queremos proporcionar es un escaparate sin trasera, es decir el escaparate que está en la parte delantera de la tienda en el cristal al lado de la entrada.

Están formados por un gran panel de vidrio en la parte delantera y ningún fondo solido en la parte posterior.

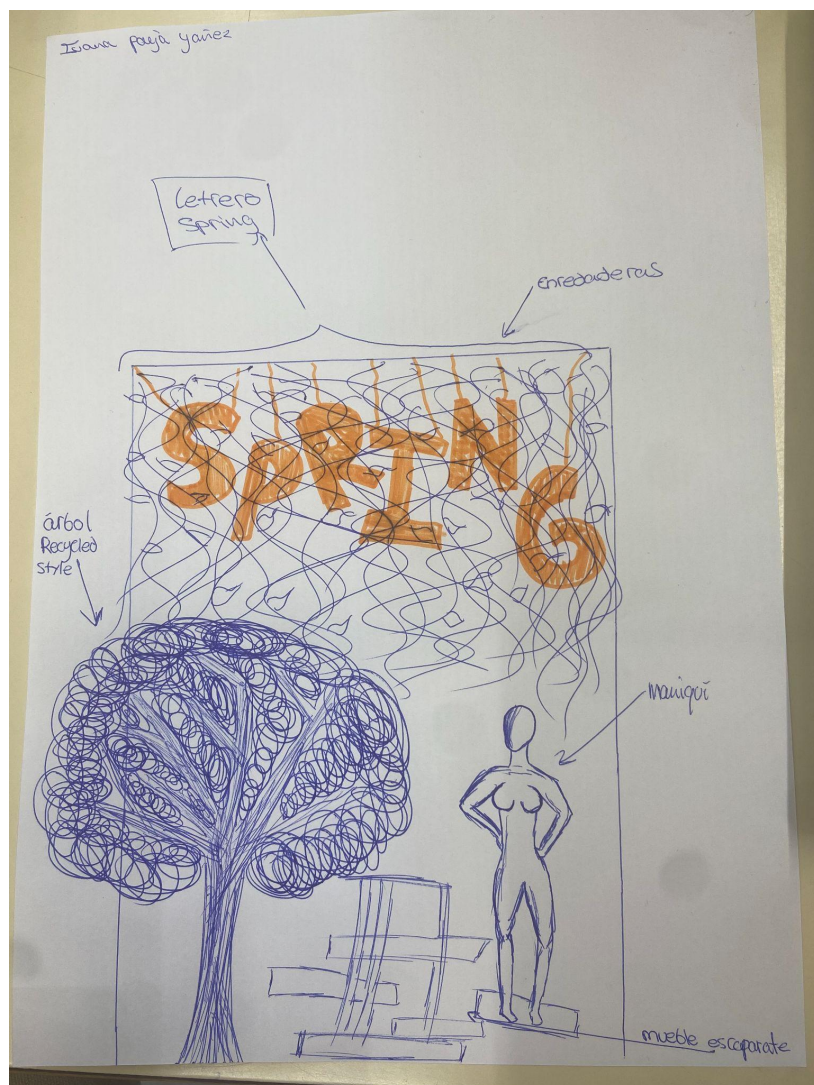
Deja ver el interior del punto de venta, da luz natural y vistosidad a la tienda. Todo el espacio interior tiene un carácter de exposición activa y permanente.

Ejemplo de escaparate sin trasera :

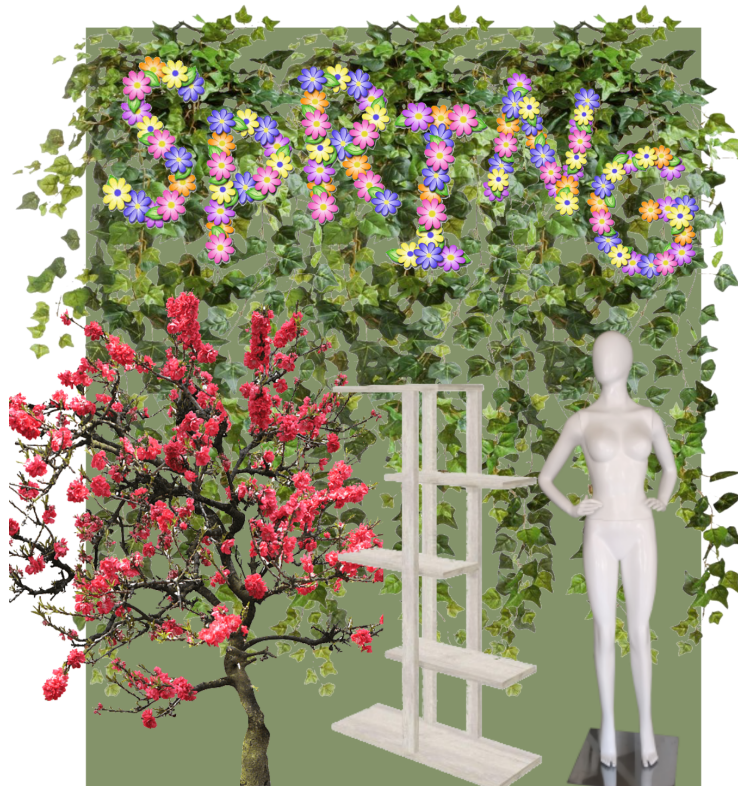


Disseny:

- Esborrany:
- A mà.



- Amb software de disseny gràfic.



Ivana, Miriam, Max, Joan

COMPOSICIÓN : La composición de este escaparate empieza en la estación de primavera “spring”, por eso le damos esa composición de colores vivos más la naturaleza de la primavera y ya que nuestra tienda es una tienda de ropa ecológica y sostenible el tema de la naturaleza le da un toque muy adecuado. La composición de este escaparate es un conjunto de elementos naturales.

ILUMINACIÓN : La iluminación del escaparate es un poco tenue, pero dando luz de manera que se vea natural y no una iluminación artificial, porque el árbol que mostramos en el escaparate es un árbol natural de modo que si ponemos una iluminación fuerte y artificial el árbol se puede quemar y marchitar, por lo que aparte hemos decidido colocar una luz que no queme ni sature, en leds y con una iluminación amarilla. La iluminación será una luz directa.

FORMAS : Las formas que se pueden apreciar en el escaparate son líneas verticales; el maniquí, el mueble con las líneas verticales y el árbol. También podemos apreciar formas cuadradas.

COLORES : Los colores que hemos escogido, la clasificación de estos son colores cálidos, ya que el escaparate es de la tendencia de primavera, la armonía de colores que se han escogido para este escaparate es el de las gamas múltiples ya que es una gama de colores cálidos que dan ese efecto de vivacidad y de naturaleza con los elementos colocados en el escaparate.

- Determinació dels materials i les tècniques, tant els de muntatge com els d'exposició.
- Pressupost
 - Import disponible (fictici): màxim 750€.
 - Cerca, contacte i cotització de proveïdors dels materials.
 - Edició del pressupost per presentar-li al visual merchandiser de l'establiment comercial.

<https://www.retif.es/expositor-flexia-5-niveles-90x30x165-cm-mozart.html>

<https://www.retif.es/expositor-flexia-3-niveles-102x102x117-cm-mozart.html>



142,99€



205,99€

Acirón

A: 150/175 cm - C: 7L
64,50 € - 69,50 €





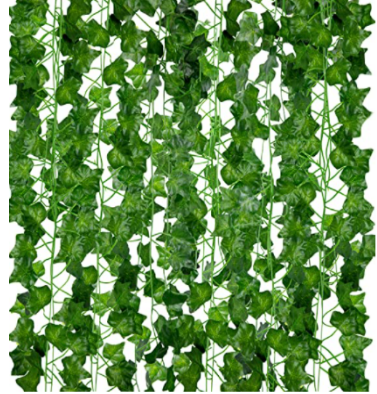
[Maniquí](#)

69,50€

11,99€

193,60€

[Enredaderas amazon](#)



Letrero de "SPRING" (100€) Esta es una inspiración pero compraremos letras que decoraremos y así ponerlas.

142,99€ + 205,99€ + 69,50€ + 11,99€ + 100€ + 193,60€

Total de la compra = 724,07€

- **Creació del pla de màrqueting digital.**

PLAN DE MARKETING DIGITAL → RECYCLED STYLE

- **Fase de anàlisi:** Abans de pensar les estratègies a aplicar, hem de conèixer molt bé el mercat: el nostre públic objectiu, la nostra competència i, fins i tot, la nostra empresa i producte.

-Nuestro público objetivo → **Nuestro público objetivo son personas que se preocupan por el medio ambiente y tienen un estilo de vida más sostenible y procurando cuidar el entorno, con un nivel económico un poco elevado para poder permitirse comprar las prendas que vendemos y un estilo de vestir neutro.**

-Nuestra competencia → **Nuestra competencia directa serían las tiendas de ropa con las mismas características, que ofrezcan lo mismo es decir, Veganized es una tienda de ropa ecológica, vende lo mismo que nuestra empresa, prendas ecológicas, para nuestra competencia indirecta, son todas las tiendas de ropa ya conocidas y que tienen nombre, como; Zara, Bershka, Pull & Bear, Stradivarius, H&M...**

-Nuestra empresa y producto → **Nuestra empresa es una tienda de ropa ecológica, son prendas para aquellas personas que se fijen y le den importancia al medio ambiente, personas que se informan y se leen las etiquetas al comprar, comprometidas con la sostenibilidad. Nuestros productos son de tejidos que no afectan de manera negativa al medio ambiente y de colores neutros, sencillos y básicos, de los colores del algodón.**

- **Establiment d'objectius:** Un cop hem analitzat el nostre entorn, cal definir els objectius que volem aconseguir amb el pla de màrqueting. Habitualment, entre 3 i 7 objectius és el ventall ideal.

- **Nuestro primer objetivo es ser la marca de ropa ecológica más reconocida y con prestigio de España.**

-**Aumentar el número de ventas comparado con el del año pasado, un incremento del 20% en comparación al 2021.**

-**Ganar notoriedad de marca entre los consumidores. Queremos establecer una comunicación directa y cercana con los clientes de nuestro público objetivo.**

-**Aumentar el reconocimiento de la marca en el mercado Español, principalmente en el segmento de los clientes no captados aún.**

-**Avanzar sobre la consecución de una experiencia única de compra en Recycled Style.**

Ivana, Miriam, Max, Joan

-Concienciar a las personas de la importancia del medio ambiente y de un estilo de vida sostenible.

-Concienciar a comprar más cosas reciclables y así para las siguientes generaciones estén más cercanos a la naturaleza y el medio ambiente.

- **Estratègies i accions:** Ara cal pensar en quines estratègies i, dintre d'aquestes, les accions que es duran a terme per tal d'aconseguir els objectius que s'han definit prèviament.

Lo primero que implementaremos como estrategia es la : Estrategia de crecimiento

Las estrategias que se utilizarán serán las de 'penetración', en lo que se mejore la atención del cliente y buscando captar clientes de la competencia.



Estrategia de posicionamiento → Cuando hablamos de posicionamiento nos referimos a crear la imagen del producto y marca, que los integrantes del mercado tengan una cierta imagen de nuestra marca y producto, y dentro de eso lograr la percepción deseada en el mercado en relación con la competencia.

También implementaremos planes de marketing como : Marketing relacional

Marketing relacional → En este apartado crearemos un test breve para saber la experiencia de compra de los mismos y a la primera compra crearemos una ficha de cliente para así familiarizarnos con el mismo, mediante el vínculo que crearemos empresa-cliente así se sienta ligado a la empresa y perciba un cierto compromiso con la empresa. Para

Ivana, Miriam, Max, Joan

acabar con las acciones, haremos el cross selling, es decir vender productos complementarios a lo que ya están comprando los clientes.

- **Pressupost:** Quan ja tenim totes les accions llistades, cal calcular els recursos que haurem de dedicar per a desenvolupar-les. És possible, que per temes de pressupost, la nostra empresa no pugui desenvolupar alguna de les accions pensades. Caldrà redissenyar-la o veure si alguna de les altres accions ja ajuden a complir els objectius marcats.

Actividad	Coste
Desarrollo web y estrategias digitales	1100€
Material adicional para punto de venta	1000€
Activación de todo los programas, bases, datos, documentación y etc...	5000€
Costes de promociones y/o colaboraciones	1.000€
Coste total = 8.100€	

En el programa propuesto implica un coste de 8.100€ al menos en el comienzo, luego se deberán ver los costes variables que nos da la marca a medida que empezamos con el programa.

- **Calendari:** És essencial posar en ordre cronològic totes les accions que es plantegen al pla de màrqueting digital. Fer un cronograma o un calendari esdevé la millor manera de visualitzar fàcilment tot el que s'ha de fer.

(Calendario en hoja aparte en la tarea adjuntada)

- Modelo de calendario digital en la actividad (excel)
- Para que puedan visualizar el cronograma en la tarea está el archivo adjunto

- **Control i avaluació:** Sempre dissenyem un pla d'acció, s'ha de poder comprovar si funciona o no. És per això que, a partir dels objectius definits, cal fer avaluacions periòdiques i finals. Si es detecta que no estan funcionant les accions es poden fer correccions. Si ja és massa tard, podem aprendre de les errades per al disseny del proper pla de màrqueting digital.

Control y evaluación del plan comprobado

- **Creació del catàleg de productes.**

Ivana, Miriam, Max, Joan

Para poder observar nuestro catálogo de productos al completo pueden entrar al link de abajo y ver detalladamente cada producto, con las tallas y colores.

[Catálogo web productos](#)

Envíos gratis a partir de 75€ | Devolución Gratuita





Buscar...

Menú

Comprar

Sobre nosotros

Log In





Gorro tricot

45,50 €



Guantes

30,00 €



Bufanda Infinity

47,99 €



Calcetines

24,98 €

Activar Windows

Calceat

¡Vamos a chatear!

- **Creació de les accions de captació, fidelització i comunicació de/amb la clientela.**

Acciones de captación y fidelización de clientes

En recycled style tenemos diferentes modos de fidelizar y captar a nuestros clientes.

Solemos dar un trato muy personalizado a nuestros clientes ya que siempre damos una gran experiencia a nuestro público puesto que tienen un trato adecuado para poder fidelizarlos y que se sientan agusto dentro del local, tienen la opción de ser acompañados con música.

Nuestros clientes reciben un trato post compra para que se puedan sentir seguros y con ganas de volver comprar en Recycled style este seguimiento consta de:

- Correos informativos.
- Contacto en caso de cambio o devolución.
- Encuesta de satisfacción con el producto o servicio.
- Publicidad diaria en redes sociales con opción de que nuestros clientes tengan opción de verlo y compartirlo y promocionarlo en su propia cuenta.

En el servicio post compra siempre solemos mandar información a través de correos informando a nuestros clientes sobre llegadas de stock, lanzamientos de prendas exclusivas...

Solemos tener activas las redes sociales ya que es un método para dar a conocer nuestra marca a través de las redes que es uno de los elementos clave para notificar y dar a conocer a diferentes tipos de clientes que aún no saben de nosotros dándoles un trato especial desde la marca para que puedan llegar a fidelizarse con la empresa.

- Realització del compte de resultats.

BALANCE RECYCLED STYLE

<i>Bienes y derechos</i> Total activos = 15.000€	<i>Obligaciones</i> Total = 15.000€
Activo no corriente (+ 1 año)	Patrimonio neto
Inmovilizado material : Mobiliario → 2.300€ Equipos informáticos → 1.046,65€ inversión largo plazo : Fianzas → 2.120€	Capital social → 15.000€ <i>(aportaciones iniciales de los socios / los resultados de la empresa "beneficios o pérdidas") dinero que no se puede tocar, es de la empresa.</i>
Activo corriente (- 1 año)	Pasivo (deudas)
Existencias : (a la venta) Prendas → 5.000€ Disponible: Bancos → 3.533,35€ Caja registradora → 1.000€ Existencias (a la venta) Realizable (esperas a que se realice) Disponible (dinero en la caja/banco)	Pasivo no corriente : 0€ Pasivo corriente : 0€ Pasivo no corriente → deudas a largo plazo (+ 1 año) Pasivo corriente → deudas a corto plazo (- 1 año)
TOTAL ACTIU = 15.000€	TOTAL PATRIMONI NET + PASSIU EXIGIBLE= 15.000€

$$\text{ACTIVO} = \text{PASIVO EXIGIBLE} + \text{PATRIMONIO NETO}$$

- Local alquiler 1.060 al mes