

**CAPITULO CUATRO**

**PLAN COMERCIAL**

## CAPITULO 4: Plan Comercial

### 4.1. Estrategia de Marketing

#### 4.1.1. Objetivo

Mediante la aplicación correcta de la mezcla de Marketing se pretenderá llegar a los clientes con un producto que cubra sus necesidades y expectativas, asegurar que esté disponible para los clientes y a un precio que refleje su disposición a pagar. El objetivo de esta mezcla de Marketing será producir una respuesta favorable al negocio dentro del mercado meta. (Kotler Philip, 2003)

#### 4.1.2. Producto

Brilla <sub>MAX</sub>, un detergente líquido para carrocerías de autos, con una fórmula de alta concentración de tensoactivos aniónicos; elaborado mediante procesos de alta tecnología dentro del sector.

El shampoo líquido será de color azul para dar una percepción de seriedad, las letras serán verdes buscando percepción de cuidado del medio ambiente y proyectando confianza.

Brilla <sub>MAX</sub> será un producto disponible en presentaciones de 5 litros y 10 litros, para un rendimiento de: 70 lavadas y 140 lavadas.

Los envases de Brilla <sub>MAX</sub> tendrán una tapa dosificadora de 70 mililitros. En el Anexo 4.1 se encuentra el gráfico de una caneca modelo.

Los envases de Brilla <sub>MAX</sub> tendrán ilustraciones que personalicen la marca como técnicamente elaborada.

#### 4.1.3. Precios

El precio del producto estará dentro del precio de mercado; el estudio de precio nos ha indicado un valor sugerido de precio que es de: dos dólares por kilo,

en este precio está estimado el alto rendimiento del producto frente a los sustitutos de la competencia.

Dentro de la estrategia de precios se evitarán guerras de precios.

Se considerarán descuentos por volúmenes de compra acumulativos anuales; en el Anexo 4.2 están las tablas de descuentos por volúmenes comprados.

El plazo de pago será el mismo que se maneja dentro del sector 30 días a 60 días; se elaborarán formatos de solicitud y asignación de cupos de crédito sencillos. Anexo 4.4.

#### **4.1.4. Plaza (Distribución)**

La distribución será mediante vehículos livianos, se privilegiará la venta y distribución conjunta, los vendedores serán a la vez los que distribuyan el producto haciendo reforzamiento comercial con los clientes.

La cobertura de la distribución y venta será en la ciudad de Quito.

El almacenamiento de producto terminado será en la planta de fabricación en el norte de Quito.

Se mantendrá inventario para suplir las necesidades de ocho días, considerando un tiempo de producción por cada lote de cuatro días.

Al no ser un producto de gran volumen los vendedores pueden llevarlo en sus medios de transporte.

#### **4.1.5. Promoción**

Las ventas serán personales; los vendedores visitarán los clientes y prospectarán nuevos directamente, al tratarse de una venta técnica se necesita acompañamiento constante y personal con los clientes.

Promoción de BRILLA<sub>MAX</sub>:

- Entrega de muestras de Brilla <sub>MAX</sub>

- Entrega de carteles decorativos comunicando los beneficios de usar del producto.
- Alianzas con distribuidores de maquinaria para lavado de autos, para la entrega de muestras de Brilla MAX
- Franelas especiales anti-rayones entregadas con Brilla MAX

Esta promoción tiene por objeto no solamente posicionarse en la mente de los clientes sino de los consumidores, los mensajes irán directamente dirigidos también a ellos; la idea es fidelizarlos para que exijan que sus vehículos sean lavados con Brilla MAX. El afiche publicitario puede verse en el Anexo 4.3.

#### 4.1.6. Publicidad

##### Copy Strategy

##### Frase de

Deja tu auto brillando al máximo con Brilla MAX.

##### Posicionamiento

Convencer a los propietarios de lavadoras de autos que mediante la utilización de Brilla MAX dejarán relucientes los vehículos de sus clientes

##### Rol de la Publicidad

##### Grupo Decisor

Dueños de lavadoras de autos

##### Grupo comprador

Dueños o administradores de lavadoras de autos

##### Grupo influyente

Clientes, consumidores finales

##### Promesa Básica

Brilla MAX, deja reluciente la carrocería

##### Reason Why

Brilla MAX tiene una exclusiva fórmula con el doble de concentración de tensoactivos aniónicos

##### Slogan

“Brilla fácil”