

PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA LA EMPRESA DE SERVICIOS ESTÉTICOS INTEGRALES VERTIENT DAY SPA PARA EL PERÍODO 2009 - 2013

Autor: Jorge Alberto Cadena Burbano
Tutora: Dra. María de la Portilla
Año: 2010

RESUMEN

Actualmente las personas han adquirido una cultura de cuidado sobre su salud y belleza corporal, es por ello que dicho acontecimiento ha propiciado la apertura de lugares específicos en donde se pueden satisfacer estas necesidades. Las ideas para llegar a lo que es “Vertient Day SPA” se generaron a partir de las necesidades del consumidor, permitiendo entonces el desarrollo de un nuevo servicio para satisfacerlas. La presente investigación parte de la pregunta ¿A qué se debe el bajo posicionamiento de la Empresa de Servicios Estéticos Integrales Vertient Day SPA en el contexto de su actuación y cuáles serían los mecanismos idóneos para mejorarlo?, para ello se estableció como una propuesta de solución la ejecución de un Plan Estratégico de Marketing. Se consideró definiciones de las partes más relevantes relacionadas a la empresa, a la planeación estratégica y al marketing. Luego se determinó las herramientas a través de las cuales se realizaría la investigación de campo, para poder determinar las causas del problema. En la investigación de campo se obtuvo información tanto de los clientes actuales de la empresa, como de los clientes potenciales, la misma que sirvió para darle forma al Plan Estratégico de Marketing. Así se determinó los objetivos estratégicos por cada área, los objetivos operativos, las estrategias y se puso énfasis en el desarrollo de un Plan Operativo Anual de Marketing.