

EL ALMACÉN DE COLCHONES

El almacén de colchones

Elaboración de una solución en el proceso de compra

Tantera Fernández, Franco

UNIVERSIDAD CAECE Mar del Plata

Trabajo presentado por requerimiento de la asignatura

Desarrollo de un Proyecto

Docentes: Daniel Nieco – Hernán De Filippis – De Cicco Alejandro

Lic. Diseño Gráfico y Comunicación Audiovisual

2023

Almacén de colchones

Presentado por:

Tantera Fernández, Franco

Abril 2023

Recibido y aceptado por:

[Título, Nombre y Apellido del receptor] _____

Aprobado por:

[Título, Nombre y Apellido del profesor] _____

[Título, Nombre y Apellido del profesor] _____

Agradecimientos

Abstract

Este trabajo procura diagnosticar los puntos débiles en la comunicación de la empresa “Almacen de Colchones” a fin de proponer soluciones viables para mejorar la experiencia de los usuarios de una forma innovadora, a fin de consolidar el posicionamiento de la empresa en Mar del Plata y la zona en principio, para luego proyectar su desarrollo a nivel nacional.

Palabras Clave

Experiencia de compra, descanso, sitio web, salud, experiencia de usuario,colchón.

Índice

Contenido

Elaboración de una solución en el proceso de compra.....	1
Agradecimientos.....	3
Abstract.....	4
Palabras Clave.....	4
Parte I.....	6
Introducción.....	6
Almacén de Colchones.....	7
Ubicación y entorno.....	7
-Desarrollo-.....	8
Misión y Visión.....	8
Transformaciones en el mercado de colchones en Argentina.....	9
La importancia del descanso y la relación con el colchón.....	11
Confort y comodidad: La importancia de un buen descanso.....	13
¿Qué es un colchón?.....	15
Parte II.....	19
Canales de venta.....	19
Problemática y objetivos.....	35
Problema general.....	35
Problemas específicos.....	35
Objetivo general.....	36
Objetivos específicos.....	36
Piezas.....	37
PRIMER ETAPA.....	39
SEGUNDA ETAPA.....	47
TERCER ETAPA.....	52

Parte I

Introducción

El ser humano pasa por diversas acciones cotidianas y biológicas como alimentarse, respirar, vestirse o descansar. A todos estos procesos se les dedica una cantidad de tiempo que pasa desapercibido en el día a día, sin embargo, con el pasar de los años se va acumulando. Así como para tener energía y estar saludables necesitamos ingerir alimentos que nos proveen nutrientes y vitaminas, también necesitamos tener la posibilidad de descansar cómodamente. El colchón es un producto de vital importancia ya que es donde se descansa entre seis y ocho horas promedio, por lo que pasamos aproximadamente 25 años de nuestras vidas durmiendo sobre ellos, es decir, que forman parte de nuestra vida diaria. Almacén de Colchones es una empresa que logra comprender esta serie de factores y cómo pueden impactar en la salud de las personas y por lo tanto, modificar el estilo de vida de ellas. Gracias a la preocupación de sus líderes la empresa logró posicionarse entre las mejores de la ciudad de Mar del Plata destacándose por su atención y compromiso con los clientes, garantizando a los consumidores la mejor atención para que obtengan el producto adecuado y así mejorar su calidad de vida. Sin embargo, esto lo puede realizar solamente dentro de las sucursales que tiene en la ciudad de Mar del Plata ya que cuenta con agentes de ventas especializados para la atención al cliente, pero mediante su página web Almacén de Colchones trae a colación un conflicto que cree haber encontrado en el proceso de compra, el cual consiste en la ausencia de un sistema de selección de producto en base a las necesidades de los potenciales clientes. Por tanto, el propósito de esta investigación es confirmar si la carencia de un sistema de selección de productos en función de las necesidades del cliente es

el principal problema que enfrenta Almacén de Colchones, o si es una consecuencia de otros factores. A través de un análisis riguroso, se buscará identificar las causas subyacentes y las posibles soluciones que permitan a la empresa abordar eficazmente esta cuestión y mejorar la experiencia de compra de sus clientes.

Almacén de Colchones

Ubicación y entorno

Fundada hace 5 años en la ciudad de Mar del Plata, Almacén de Colchones es una empresa joven que se destaca por su enfoque en brindar un servicio personalizado y de calidad a sus clientes. Con 4 sucursales en la ciudad, se autodenominan líderes en la venta de colchones multimarca. Su compromiso es ofrecer la mejor alternativa posible según las necesidades del consumidor, trabajando con marcas reconocidas como Piero, Cannon, King Koil, Kavanag y Springwall.

Además de su destacada atención al cliente y entrega de productos y complementos, Almacén de Colchones se esfuerza por mantener un equipo de trabajo actualizado en nuevas técnicas de venta y en el bienestar general de la empresa. Su enfoque en el trabajo en equipo, el compromiso y la responsabilidad se refleja en la rigurosa selección de productos que realizan. Cada modelo de colchón es sometido a pruebas de calidad para garantizar que solo los mejores sean incorporados a su inventario en las sucursales.

Almacén de Colchones establece estándares basados en su propia experiencia para asegurar que los colchones se encuentren siempre en óptimas condiciones, sin imperfecciones en sus fundas o composición. Además, se preocupan por el cuidado durante el transporte de los colchones, brindando información clara sobre los tiempos de entrega y los cuidados necesarios.

Con el objetivo de evolucionar a nivel local y lograr un mejor posicionamiento de marca en el mercado, Almacén de Colchones aspira a expandirse a nivel nacional, siempre y cuando

puedan mantener los altos estándares de servicio, incluso en largas distancias. Su compromiso con la calidad y la satisfacción del cliente los impulsa a seguir brindando una experiencia de compra excepcional en el mundo de los colchones.

-Desarrollo-

Misión y Visión

Uno de los temas que constituyen la base de esta investigación son la misión y visión del Almacén de Colchones ya que es útil entender cuál es el eje al que responde la empresa y cuales son sus metas a largo y corto plazo. Para ello es necesario introducir estos conceptos citando a (Phillip Kotler), máximo referente del marketing moderno, que afirma que una declaración de misión es una declaración del propósito de la organización, lo que desea lograr en el entorno más amplio. Una clara *declaración de misión* funciona como una “mano invisible” que guía a las personas dentro de la organización. En el caso de Almacén de Colchones, esta está compuesta por cualidades como la responsabilidad, el compromiso y el trabajo en equipo. Por otro lado, tenemos la visión de una empresa que como afirma el autor, es una declaración que describe la imagen futura deseada de la empresa. Es una declaración inspiradora que define la dirección estratégica a largo plazo y establece los objetivos y metas que la empresa aspira a alcanzar. La visión debe ser ambiciosa, realista y motivadora, capturando la esencia de lo que la empresa busca lograr en términos de crecimiento, innovación, posicionamiento en el mercado y valor para los clientes. (ARMSTRONG & KOTLER, n.d. p38) En el caso de Almacén de Colchones, la visión cumple con los requisitos ya que la empresa afirma en su página web que buscan mejorar la calidad de vida de los clientes, esto es ambicioso y una buena guía a largo plazo para la empresa y los empleados que la componen en distintos puntos de la ciudad para tener un eje y actuar según las normas de la empresa.

Transformaciones en el mercado de colchones en Argentina

En los últimos años, el sector del colchón en Argentina ha experimentado cambios significativos que han llevado a un crecimiento sostenido del mercado. Durante el período posterior a la crisis económica en 2003, sólo dos millones de personas cambiaron su colchón, mientras que para 2013, esta cifra se elevó a trece millones. El consumo de colchones se vio impulsado por la preocupación por la salud y las promociones bancarias (Toro Aristizábal, 2015, p. 16). Además, la mayoría de las empresas del sector producen la materia prima en Argentina, lo cual se fortaleció debido a las restricciones a las importaciones. Asimismo, se ha observado un cambio en los hábitos de consumo, donde ahora se prioriza el bienestar y el cuidado personal al momento de elegir un colchón a pesar de las dificultades económicas que presenta latinoamérica (Lascano, 2013, p. 1).

Salud y bienestar

Para comprender el tema abarcado en este proyecto, se lo vinculará en esta sección a la Pirámide de Maslow. Esta forma parte de una teoría psicológica que inquiriere acerca de la motivación y las necesidades del ser humano: aquello que nos lleva a actuar tal y como lo hacemos. Abraham Maslow afirma que nuestras acciones nacen de la motivación dirigida hacia el objetivo de cubrir ciertas necesidades, las cuales pueden ser ordenadas según la importancia que tienen para nuestro bienestar. Es decir, que Maslow proponía una teoría según la cual existe una jerarquía de las necesidades humanas, y defendió que conforme se satisfacen las necesidades más básicas, los seres humanos desarrollamos necesidades y deseos más elevados. A partir de esta jerarquización se establece lo que se conoce como la pirámide de Maslow la cual se puede ver a continuación:

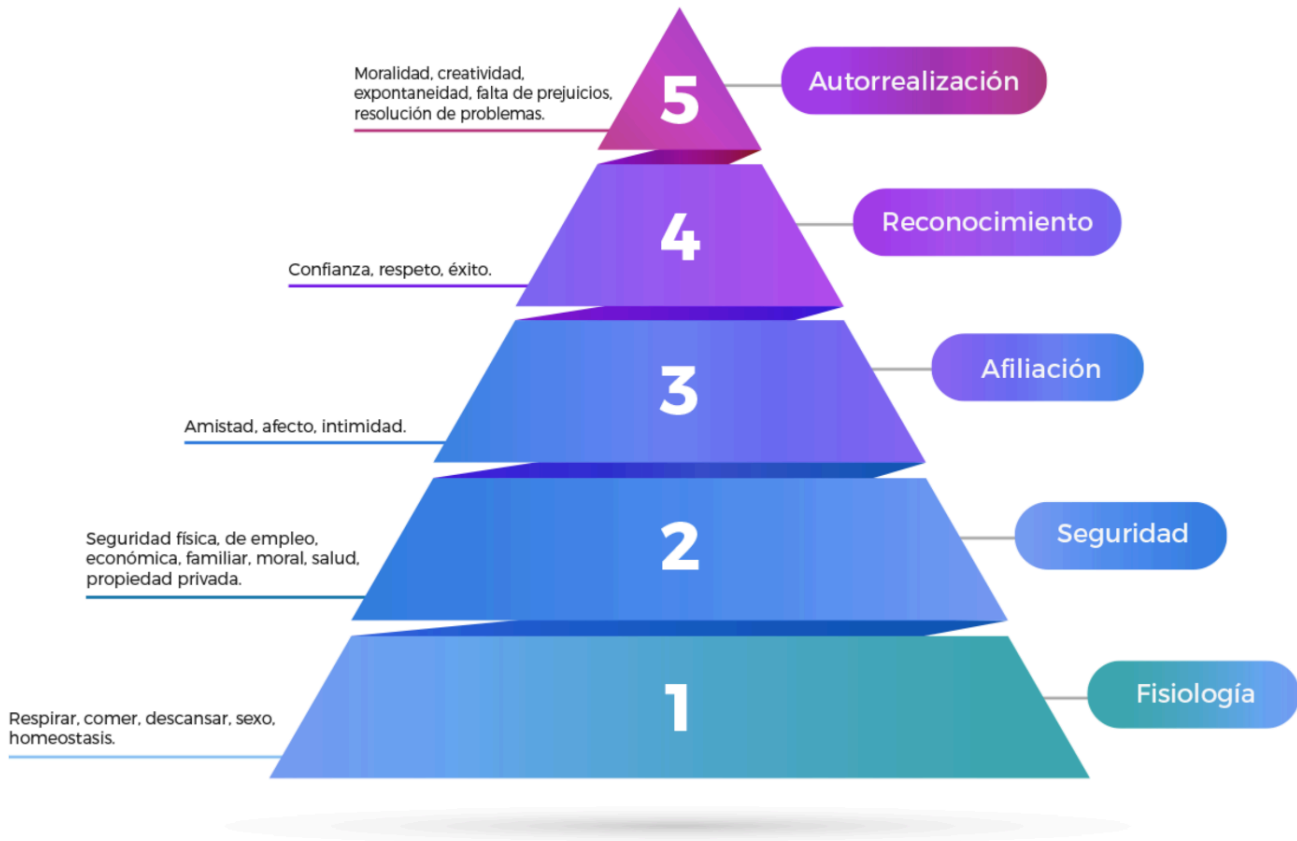


Fig 0: Pirámide de Maslow

Luego de analizar el gráfico podemos notar que el descanso es una particularidad super importante de la etapa de Fisiología ya que si no tenemos descanso, tampoco podemos acceder a la salud y otras características que se ven reflejadas en la *Fig 0*.

La importancia del descanso y la relación con el colchón

El sueño desempeña un papel fundamental en la recuperación del cuerpo y el cerebro después de las actividades diarias. Proporciona a nuestro organismo el tiempo necesario para restaurarse y contribuye a un desempeño más efectivo en diversos aspectos, como la toma de decisiones, el estado de ánimo y las relaciones interpersonales. Además, el sueño cumple una función vital en la prevención de enfermedades. La falta de sueño adecuado puede tener efectos negativos en el funcionamiento cerebral, como dificultades de concentración y memoria, así como aumentar el riesgo de enfermedades como la diabetes, la obesidad, la hipertensión y los trastornos mentales. (Enciclopedia Médica A.D.A.M, n.d.)

Existe una relación directa entre la calidad del colchón y la calidad del sueño. Un colchón en buen estado es crucial para obtener un descanso óptimo. Proporciona una superficie adecuada para el reposo y el sueño profundo, evitando posibles mal posicionamientos de la columna y dolores musculares en áreas como el cuello, la espalda y la zona lumbar. Durante el sueño profundo, se producen movimientos oculares rápidos (REM) y relajación muscular, por lo que contar con un colchón apropiado es esencial para asegurar un descanso reparador y beneficioso para la salud en general. (GONZÁLEZ, 2020).

Dormir representa una tercera parte del tiempo de vida de una persona, y su importancia para la salud y el bienestar no debe pasarse por alto. La investigación científica ha demostrado que el sueño es fundamental para el desarrollo óptimo del sistema nervioso central y para la realización de tareas cognitivas cruciales como la atención, el aprendizaje y la memoria (Acosta et al., 2016).

El sueño es un proceso complejo que es activamente generado por el cerebro y regulado por factores circadianos y homeostáticos. Durante el sueño, experimentamos una reducción de la actividad motora, una disminución en la respuesta a los estímulos sensoriales y adoptamos posturas estereotipadas. A diferencia de otros estados alterados de la conciencia, como la anestesia o el coma, el sueño es reversible y autorregulable (Acosta et al., 2016, p. 287).

Además de su impacto en el funcionamiento cerebral, el sueño desempeña múltiples funciones vitales para el organismo en general. Entre estas funciones se encuentran la restauración y conservación de energía, la eliminación de radicales libres generados por la actividad celular, la síntesis y secreción de hormonas como la del crecimiento, el fortalecimiento del sistema inmunológico y la consolidación de la memoria y el aprendizaje, aspectos especialmente relevantes en el contexto educativo. La falta de sueño o la reducción de las horas de sueño tienen un impacto negativo en la calidad de vida, incrementando el riesgo de accidentes viales o laborales, disminuyendo la productividad en el trabajo o en la escuela, y aumentando la predisposición a desarrollar trastornos del estado de ánimo como la depresión. Según los estudios de Samson Assefa, el sueño es esencial para mantener un nivel óptimo de salud en todas las etapas de la vida. Además, la práctica seguida de un adecuado descanso promovido por el sueño ha demostrado favorecer el aprendizaje y la consolidación de la memoria procedimental (Samson et al., 2015).

En relación a la influencia del sueño en las habilidades cognitivas, numerosos estudios han demostrado que la calidad del sueño tiene un impacto significativo en la memoria, el aprendizaje y la atención, especialmente durante las etapas de desarrollo como la infancia y la adolescencia. La restricción del sueño en niños y adolescentes se ha asociado con la manifestación de somnolencia diurna y una disminución en las habilidades cognitivas, incluyendo el procesamiento de información, la atención, la percepción y la memoria. Estas investigaciones han revelado que los problemas de memoria derivados de un sueño deficiente se manifiestan principalmente en áreas como las habilidades verbales, la memoria de trabajo, la toma de decisiones y la resolución de problemas (Kuula et al., 2015).

Recientemente, se ha observado una estrecha relación entre los problemas de sueño y el desarrollo de trastornos del estado de ánimo. Los estudios han revelado que las personas privadas de sueño muestran una menor activación en áreas del cerebro asociadas con la conducta de recompensa y bienestar, lo cual puede estar vinculado a comportamientos depresivos en la adolescencia (Maski & Kothare, 2013). Además, se ha reportado que los niños en edad escolar

que duermen menos de ocho horas presentan conductas hiperactivas e impulsivas que están relacionadas con un bajo rendimiento académico. La hiperactividad de estos niños a lo largo del día y la noche puede ser un factor que contribuye a la reducción del tiempo total de sueño. Además, se ha observado que el comportamiento hiperactivo asociado a una disminución crónica del sueño total se relaciona con una disminución en la conducta prosocial, la cual favorece las relaciones con otras personas. Algunos investigadores especulan que esta asociación puede representar un riesgo para el desarrollo de trastornos de ansiedad y depresión a medida que pasa el tiempo (Maski & Kothare, 2013).

En resumen, la falta de sueño y descansar sobre un colchón de mala calidad pueden tener serias repercusiones en la salud y el rendimiento cognitivo. La privación del sueño afecta negativamente diversas funciones del organismo y está asociada con un mayor riesgo de accidentes, una baja productividad y el desarrollo de trastornos del estado de ánimo. Por lo tanto, es fundamental reconocer la importancia de un sueño adecuado y descansar sobre un colchón de calidad para garantizar un óptimo funcionamiento del cerebro y un bienestar general. La elección de un colchón adecuado que proporcione el soporte necesario y promueva un sueño de calidad es esencial para cuidar la salud y maximizar el potencial cognitivo y emocional.

Confort y comodidad: La importancia de un buen descanso

En el contexto actual, el cumplimiento de un adecuado tiempo de sueño no es solo una cuestión de cantidad, sino que la calidad de dicho descanso se vuelve primordial. El ser humano se enfrenta a desafíos cada vez mayores en su estilo de vida, especialmente a raíz de la pandemia provocada por el Covid-19. Los niveles de estrés, depresión y ansiedad han aumentado significativamente en el ámbito laboral, según revelan los gráficos regionales de Willis Towers Watson.

La pandemia y la crisis económica han llegado a ocupar un lugar destacado en la preocupación de las personas, y la economía se ha convertido en un tema de creciente

importancia durante los últimos seis años. Tanto los trabajadores como las empresas son conscientes de la relevancia que tiene este aspecto en sus vidas (Willis Towers Watson, 2021). En este contexto, la búsqueda de confort y comodidad se vuelve fundamental para contrarrestar los efectos adversos del estrés y la presión diaria. Un buen descanso no solo permite recuperar energías físicas, sino que también contribuye a un estado mental equilibrado y una mejor calidad de vida en general. El sueño de calidad está directamente relacionado con la elección de un colchón adecuado. La superficie sobre la cual descansamos juega un papel crucial en nuestra capacidad para alcanzar un sueño reparador. Un colchón que brinde el nivel de soporte y firmeza adecuado a nuestras necesidades individuales puede marcar la diferencia entre un descanso rejuvenecedor y despertares incómodos o dolorosos.

Es importante tener en cuenta que cada persona tiene sus propias preferencias y necesidades en términos de confort. Algunos pueden preferir un colchón más firme para un mayor soporte, mientras que otros pueden optar por uno más suave que se adapte a la forma de su cuerpo. La elección del colchón ideal debe basarse en una evaluación cuidadosa de nuestras preferencias personales y características físicas por lo que es muy importante adecuar los canales de venta de Almacén de colchones para poder brindar atención personalizada para poder informar al consumidor sobre cuál es el producto que se adecua mejor a sus necesidades. Además, es esencial considerar los avances tecnológicos y las innovaciones en el diseño de colchones. En la actualidad, existen diversas opciones disponibles en el mercado, desde colchones de espuma viscoelástica hasta aquellos con sistemas de muelles o combinaciones de materiales que ofrecen un mayor confort y alivio de la presión. (GONZÁLEZ, 2020)

En conclusión, en un contexto donde el estrés y la ansiedad están cada vez más presentes, es crucial prestar atención a la calidad del sueño y garantizar un descanso adecuado. La elección de un colchón que brinde confort y comodidad personalizados puede ser un factor determinante para mejorar nuestra salud física y mental. Teniendo en cuenta estas características donde la elección adecuada del colchón es esencial para garantizar un descanso reparador y mejorar la calidad de vida, Almacen de Colchones se posiciona como una opción confiable y comprometida

en sus sucursales donde la atención brindada por los representantes de ventas es informativa y personalizada.. Gracias a su amplio catálogo de colchones multimarca, su experiencia en el sector y su enfoque en brindar una experiencia integral, la empresa se convierte en un aliado para los consumidores que buscan una elección informada y un descanso de calidad.

¿Qué es un colchón?

Para dar continuidad al desarrollo de esta investigación, resulta fundamental examinar la evolución y la complejidad de los productos comercializados por Almacén de Colchones, así como su adaptación a medida que avanzan las tecnologías. En el período neolítico, los seres humanos comenzaron a utilizar diversos materiales naturales, como pieles de animales, paja y otros objetos que brindaban una mayor comodidad para el descanso. Esta combinación de materiales permitía un sueño más placentero, marcando el inicio oficial de la evolución de los colchones. Un hito importante en la evolución de las camas fue la elevación de las mismas del suelo, lo que contribuyó a evitar corrientes de aire y la acumulación de suciedad (Nou Futur Espumes S.L, 2020). Con el transcurso de los años, se desarrollaron diversas tecnologías que brindan un mayor bienestar, hasta llegar a la concepción actual del colchón tal como lo conocemos. Estos se componen de diferentes materiales que se adaptan a las necesidades y preferencias de los consumidores, como resortes, espuma viscoelástica y otros. Es importante comprender esta evolución en la industria de los colchones multimarca, ya que permite apreciar cómo los avances tecnológicos y las preferencias de los consumidores han influido en la variedad y calidad de los productos ofrecidos por Almacén de Colchones. Esta comprensión proporcionará una base sólida para analizar la situación en la que se encuentra Almacén de Colchones y su evolución en el mercado actual.

Composición

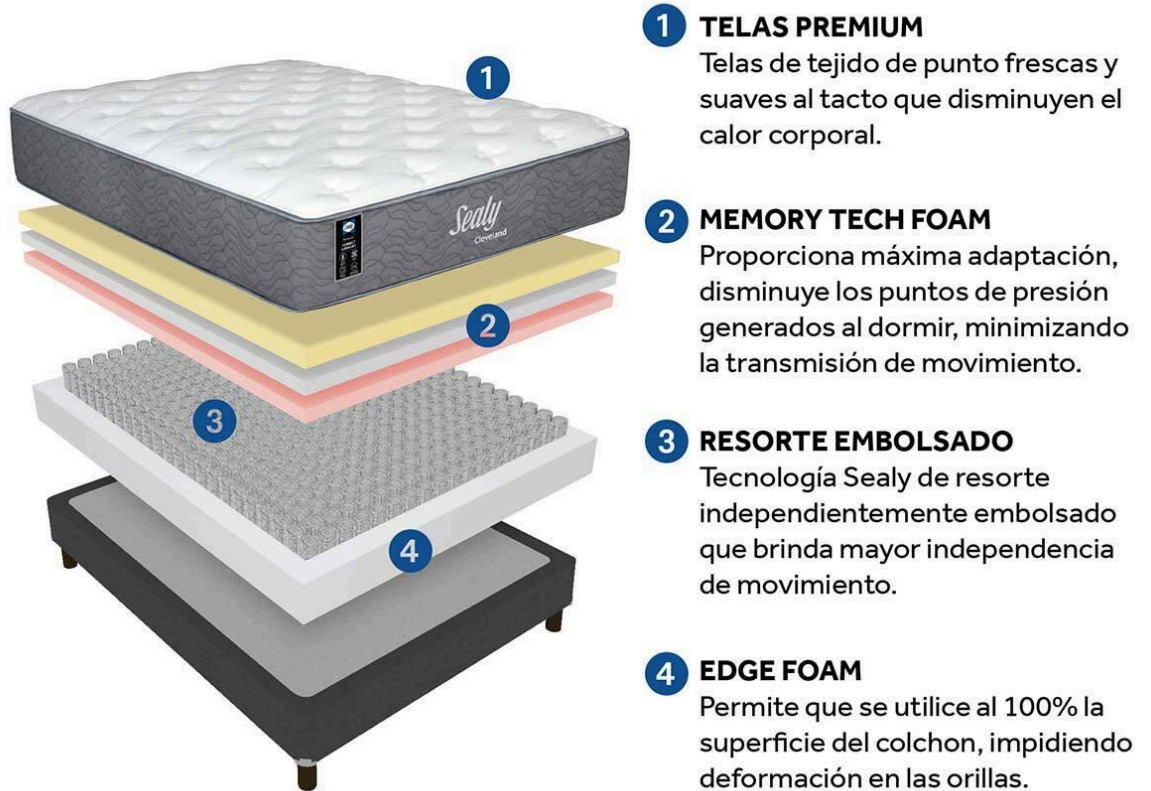


Fig 1: Composición de un colchón

Para entender un poco mejor la importancia de esta investigación, es importante entender la complejidad del producto y los aportes a la salud y bienestar que brinda al consumidor. Si pudiéramos cortarlo por la mitad como se puede observar en la *Fig 1* veríamos que el colchón se estructura en varias capas. Estas son cuatro: Las telas encargadas de regular la temperatura, el memory tech foam que minimiza la transmisión del movimiento, los resortes embolsados para la

independencia del movimiento y por último el edge foam que impide la deformación de las orillas. Sin embargo algunos de estos elementos pueden diferir según la tecnología utilizada o el uso específico que se le quiere dar, es por esto que hay al menos tres tipos de colchones que se destacan:

Tipos de colchón

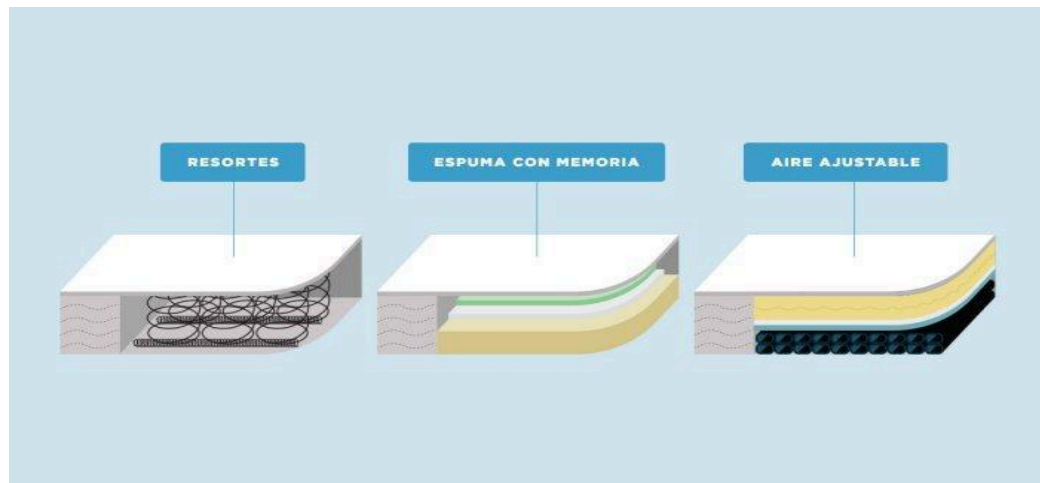


Fig 2: Tipos de colchones

Colchones de espuma viscoelástica

Hay muchas opciones sobre este tipo de colchones, sobre todo con los nuevos colchones en cajas comprimidas. Se caracterizan por contribuir a la solución de problemas de espalda debido a que ejercen menos presión en articulaciones y columna

Colchones con resortes

Colchones tradicionales de bobinas de acero, son los más comunes en el mercado argentino y se caracterizan por ayudar a la persona a acostarse y levantarse de la cama por sus resortes, este es recomendado para gente mayor con dificultades de movimiento.

Colchones con aire ajustable

Este está relleno de cápsulas de aire y luego forrado con espuma, puede ajustarse su firmeza inflando o desinflando sus cápsulas, este colchón no es muy usual en el mercado argentino por sus altos costos debido a su alta tecnología.

Parte II

Canales de venta

A continuación un cuadro comparativo entre variables que se consideraron importantes para destacar las diferencias que presentan las tiendas físicas y el sitio web.

	Sucursales	Página web
Productos	Colchones, somniers, blanquería	Colchones, somniers, blanquería
Métodos de pago	Tarjetas de crédito y débito, promociones bancarias y efectivo	Tarjetas de crédito y débito, efectivo
Afluencia	Saturación de sucursales en verano y gran demanda en vacaciones de invierno	Tráfico orgánico: 4.467 por mes Tráfico pago: 2.078 por mes
Comunicación exógena	Trabajos en madera, colores neutros, pulcro, hogareños	Imágenes estáticas colores vibrantes estilo comic (promos)
Atención personalizada	Mediante representantes de ventas	Sólo tiene atención al cliente vía whatsapp (BOT)
Promociones	exhibidas en vidriera, agente de ventas	Instagram, web oficial

Fig 3: Cuadro comparativo

Al analizar los canales de venta de Almacén de Colchones, se pueden identificar dos variables determinantes en la elección de los clientes, basadas en sus necesidades y preferencias individuales. Estos factores inciden en la conveniencia del canal de venta, y uno de ellos son las tiendas físicas o sucursales. Este tipo de canal implica la comercialización de productos y servicios a través de puntos de venta físicos. En el caso de Almacén de Colchones, la empresa cuenta con diversas sucursales donde los clientes pueden realizar la compra de colchones y otros productos relacionados de manera directa. Este canal físico proporciona la oportunidad de ofrecer un servicio personalizado, permitiendo a los clientes interactuar con los productos, recibir asesoramiento por parte del personal de ventas y disfrutar de una experiencia de compra tangible y en tiempo real. Sin embargo, cabe mencionar que la empresa puede enfrentar desafíos en este aspecto, ya que algunas sucursales pueden tener limitaciones de espacio para exhibir todos los modelos de colchones, lo cual puede requerir la derivación de los clientes a una sucursal específica, como la ubicada en Champagnat, que se encuentra más alejada del centro de la ciudad, lo que puede ser una molestia para los usuarios de paso. Es importante tener en cuenta que estos clientes también representan una oportunidad para el negocio, ya que pueden convertirse en compradores potenciales en el futuro o recomendar la tienda a otras personas. Por lo tanto, es fundamental brindarles una experiencia positiva durante su visita, ofrecerles información sobre los productos y servicios disponibles, y generar un ambiente acogedor que los anime a regresar en el futuro. Por otro lado se encuentra el canal de venta online, el cual implica la posibilidad de que los clientes realicen sus compras de colchones y complementos de forma virtual, sin necesidad de acudir físicamente a una tienda o sucursal.

En el canal de venta online, Almacén de Colchones ofrece a sus clientes la conveniencia de explorar y adquirir productos desde cualquier ubicación y en cualquier momento, a través de su sitio web oficial. Los clientes pueden navegar por la amplia variedad de colchones disponibles, acceder a información sobre características, precios y promociones, y realizar la compra de manera segura y cómoda, con opciones de pago y envío convenientes.

Este canal de venta online presenta ventajas como la disponibilidad las 24 horas del día, los 7 días de la semana, la posibilidad de comparar diferentes productos y precios, y la comodidad de recibir los productos directamente en el domicilio. Sin embargo, es importante destacar que, en el caso de los colchones, los clientes no pueden probarlos físicamente antes de la compra, lo que puede representar un desafío en términos de satisfacción y adecuación a las necesidades individuales, algo que no ocurre en el canal de ventas físico. Para abordar esta limitación, Almacén de Colchones se esfuerza por ofrecer descripciones, fotografías, promociones y facilidades de pago con el objetivo de brindar a los clientes la confianza necesaria para realizar sus compras de colchones a través de este canal online.

Encuestas

Se realizó una encuesta donde las 166 muestras definitivas se veían expuestas a una serie de preguntas las cuales a medida que se avanzó con la investigación resultaron de poca relevancia, algunas de ellas tenían que ver con el comportamiento del usuario y el producto, por ejemplo : “¿Cada cuanto giras tu colchón?” o “¿Saber que la empresa en la que compras genera un aporte al medioambiente, modifica tu decisión de compra?”. Las tres preguntas que se consideraron de suma importancia para el seguimiento de este proyecto fueron : “Si necesitas referencias para la compra de un colchón, ¿dónde las buscas?”, “¿Qué características priorizas en la compra de un colchón?”, “A la hora de hacer la compra de un colchón, ¿que canal utilizas?” (teniendo como opción de esta última: Tienda física y Compra online). A continuación se pueden visualizar los gráficos que nos permiten avanzar con la investigación, teniendo en cuenta cuales son las preferencias de nuestras muestras:



Fig 4 : Búsqueda de referencias

Prioridad en la compra de un colchón

166 muestras

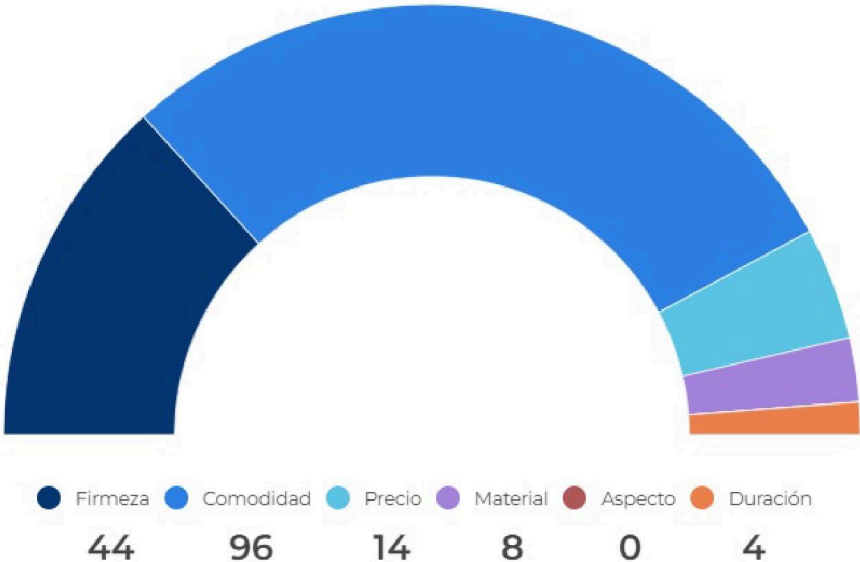


Fig 5: Prioridades del consumidor

¿Qué canal usan los usuarios para adquirir un colchón?

166 muestras

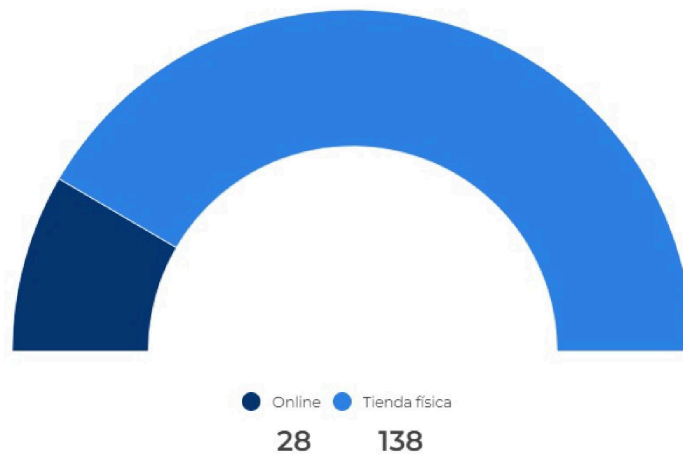


Fig 6: Preferencia de canales

Como podemos ver en la *Fig 5* entre los aspectos que los clientes valoran más en la elección de un colchón se encuentran su comodidad, durabilidad, firmeza, precio, y cómo satisface sus necesidades en general. Esto genera un conflicto con los datos procesados en la *Fig 6* que demuestra que los usuarios prefieren asistir a la tienda física a la hora de adquirir un colchón ya que priorizan la comodidad y probar el producto para asegurar su compra.

Competencia

Para hacer un relevamiento de la posible competencia, una de las preguntas más necesarias de esta investigación consistió en que las personas debían seleccionar cuáles eran los negocios de venta de colchones que conocían o con los que habían tenido algún tipo de transacción para luego poder analizarlas y desarrollar una comparación de sus características.

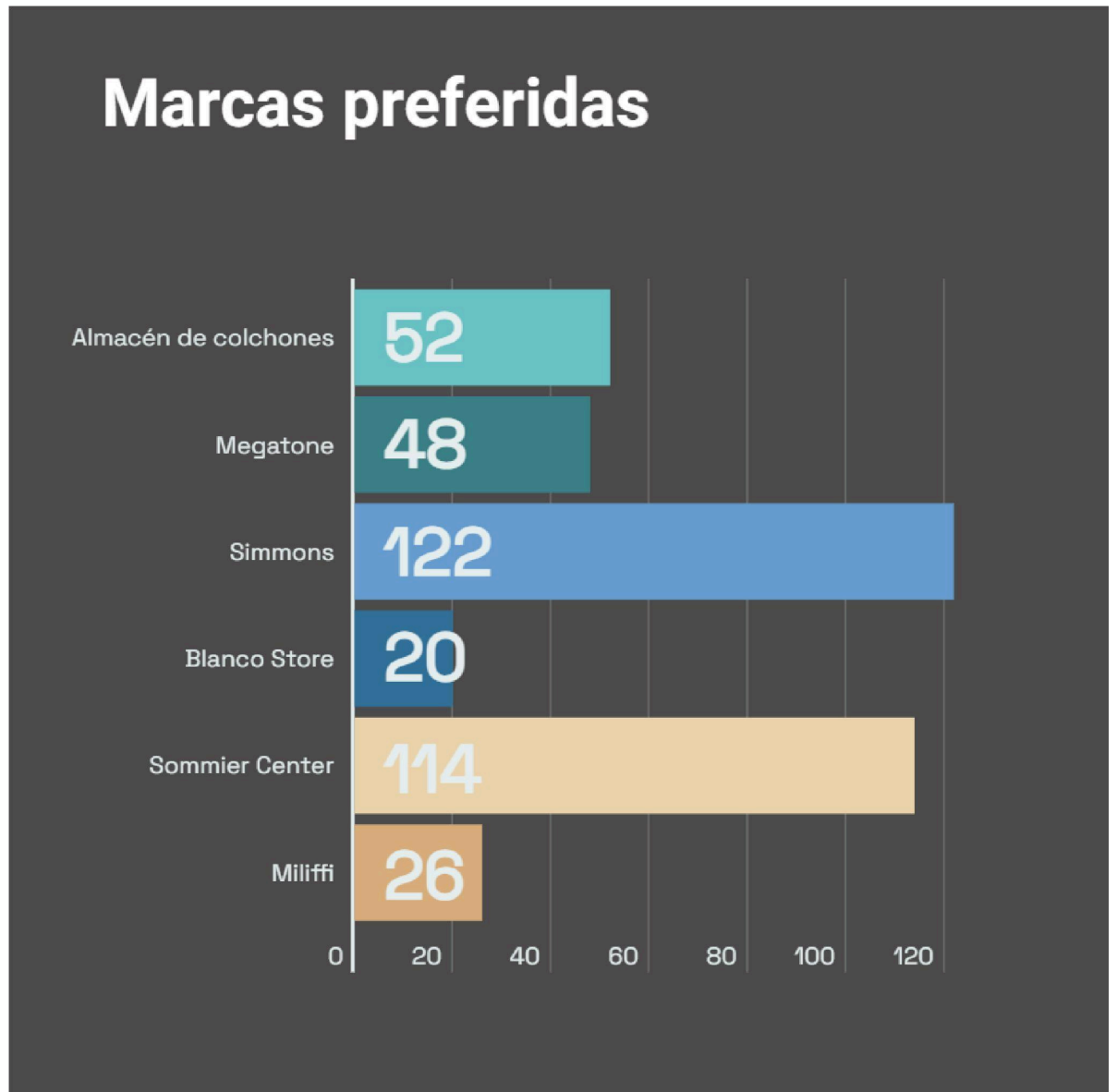


Fig 7: Encuesta de marca preferida

Como se puede ver en Fig 7 se colocaron las marcas más votadas por las muestras dentro de la ciudad de Mar del Plata a excepción de Sommier Center que no tiene ninguna sucursal en esta localidad, sin embargo fue una de las empresas más nombradas, por lo que se decidió incluirla en la tabulación de datos. Luego de obtener los resultados, se reconsideraron los parámetros y se realizó un benchmark para analizar posibles oportunidades a partir de déficits de la competencia, a continuación el benchmark:

Benchmark

	SommierCenter	Almacén de colchones	Simmons	Megatone
Más de una sucursal (MDQ)	✗	✓	✓	✗
Asistencia virtual	✓	✓	✓	✓
Productos complementarios	✓	✓	✓	✓
Son especialistas en productos para el descanso	✓	✓	✓	✗
Tiendas físicas en Mar del Plata	✗	✓	✓	✓
Atención al cliente	✗	✓	✓	✓
Filtros básicos	✓	✓	✓	✓
Filtros personalizados	✗	✗	✗	✗
Rating en Google	4.3	4.8	4.0	3.8
Ofrecen envíos gratis	✗	✓	✓	✗

Fig 8: Benchmark

Luego de visualizar las características de cada empresa, podemos ver que la opinión pública sobre Almacén de Colchones y su desempeño ha sido positiva. Sin embargo, hay que tener en cuenta que algunas comparaciones pueden tener variables a considerar; por ejemplo en el caso de Sommier Center que la empresa hace envíos a la ciudad, sin embargo, no tiene una sucursal local, sino que todas se encuentran en la ciudad de Buenos Aires, esto hace a Sommier Center un gran competidor en términos de venta online ya que cuenta con el impedimento de que los consumidores de la ciudad de Mar del Plata no puedan probar los productos. Por otro lado, tenemos la columna de Simmons, proveedor de colchones con más de 140 años en el rubro, envíos a todo el país y cientos de sucursales en todo el mundo, sin embargo, Simmons vende solamente productos realizados por ellos, lo que otorga a Almacén de Colchones algunas ventajas como rango de precios y variedad de marcas y modelos. Por último está Megatone que si bien tiene una sucursal y es una marca reconocida por los consumidores, no se especializan en la venta de productos para mejorar el descanso, lo que nuevamente deja bien posicionado a Almacén de Colchones.

En conclusión, Almacén de Colchones, se encuentra en una situación crítica, ya que cualquier accionar puede hacer que pierda los clientes fácilmente redirigiendolos a la competencia o lograr la fidelización con el cliente, proceso que busca construir relaciones de largo plazo que agreguen valor para conservar a los clientes más rentables (Castelló-Martínez, 2010). En este proceso la comunicación corporativa juega un papel

fundamental, ya que se convierte en el sistema generador de esas interacciones y relaciones sustentables entre la empresa y sus clientes (Bravo & Martínez, 2020).

Comunicación exógena

La comunicación exógena es la situación que se establece cuando por ejemplo, ni el enunciador ni el destinatario están definidos como productores de conocimiento, pero, en el caso del enunciador, se construye de modo tal que aparece como portador de un conocimiento que el receptor no tiene, y es esa la situación de complementariedad que permite el establecimiento del vínculo comunicativo (Canella, 2010). Cuando hablamos de este tipo de comunicación desde el punto de vista del diseño, nos referimos a la comunicación que se realiza desde el emisor hacia un receptor que se encuentra fuera de la comunicación interna de la empresa, por ejemplo, el consumidor. En el caso de Almacén de Colchones, la empresa decide comunicarse mediante distintos canales los cuales le permiten comunicar algún tipo de información que desea compartir con los consumidores o sus potenciales clientes. Las plataformas digitales que decide utilizar para la comunicación son su página web, Instagram, Whatsapp y Facebook.

Facebook

The image shows a Facebook page for 'Almacén de Colchones'. At the top, there is a large promotional banner with a teal background. It features two mattresses, one on the left and one on the right. In the center, the text reads 'MES DEL DESCANSO' in a yellow starburst, followed by '45% OFF' in large white letters, and '+ 6 CUOTAS' below it. At the bottom of the banner, it says 'COMPRÁ Y RECIBILO EN TU CASA'. Below the banner is the page header with the store's name 'Almacén de Colchones (Belgrano 2885, Mar del Plata, Provincia de Buenos Aires, Argentina)' and 2 likes. The main content area is divided into two columns. The left column has a 'Detalles' section with the store's address and phone number, and a 'Fotos' section showing a smaller version of the 45% off banner. The right column has a 'Publicaciones' section with a post from 'Almacén de Colchones' dated 'Ayer a las 10:00'. The post text says: 'Papá, el que estuvo tantas noches. ¡Date el regalo de un descanso irriquerible este mes especial! Encuentra las mejores promociones en nuestra Tienda Online o en nuestros locales y sorprende a papá en su mes. ¡Te esperamos! Ver más'. Below the text is a photo of an elderly man with a white beard sleeping peacefully in a bed with white linens. A yellow starburst in the top right corner of the photo says 'MES DE PAPA'. Below the photo is a teal banner with the text 'ALMACÉN DE COLCHONES' and 'Él te acompañó todas las noches. Regalale el descanso que se merece.' At the bottom of the post are interaction buttons for 'Me gusta', 'Comentar', and 'Compartir', along with a comment input field.

Fig 9: Facebook home

ALMACÉN DE COLCHONES: SOLUCIÓN PARA EL PROCESO DE COMPRA

Instagram

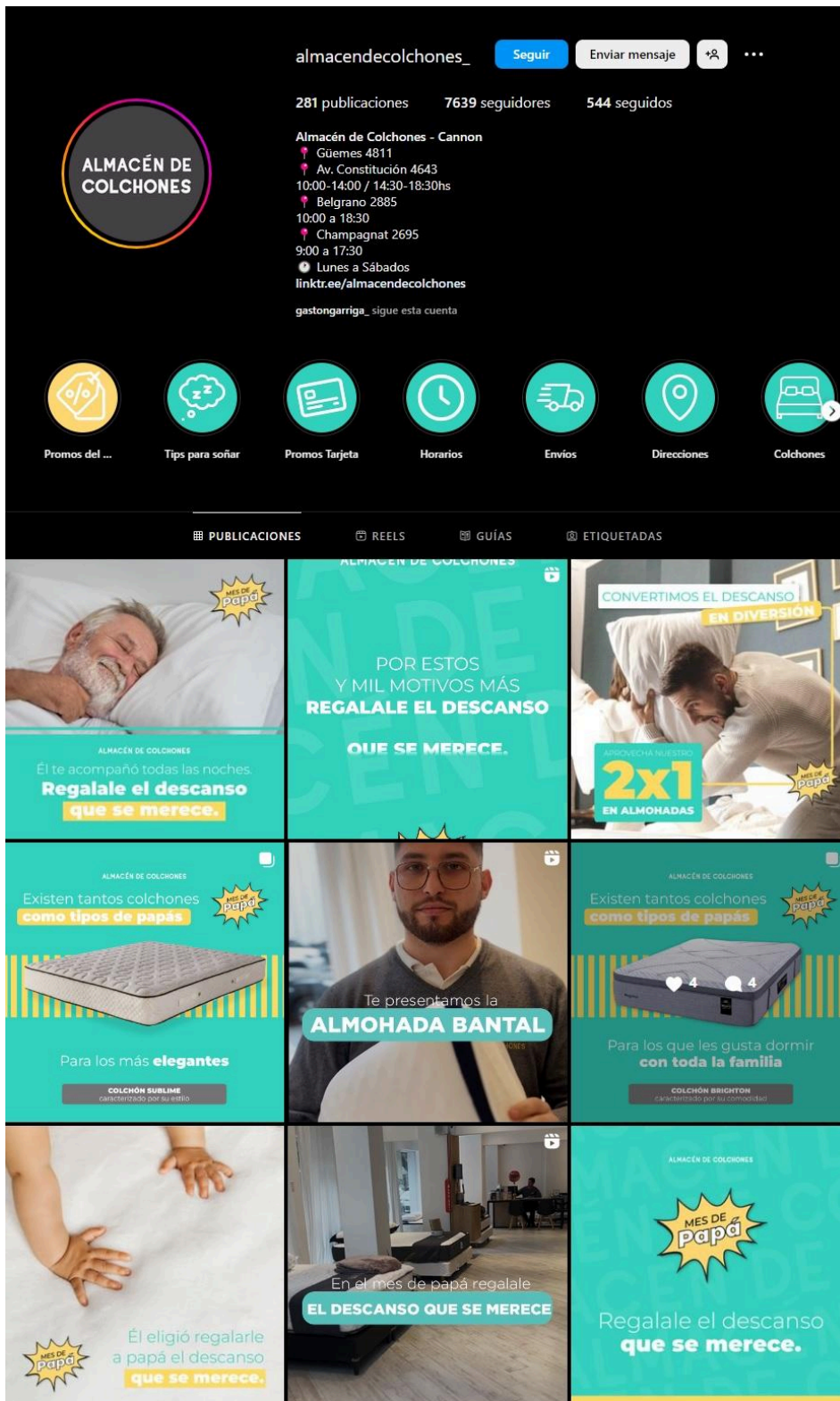


Fig 10: Instagram home

Página web (Home)

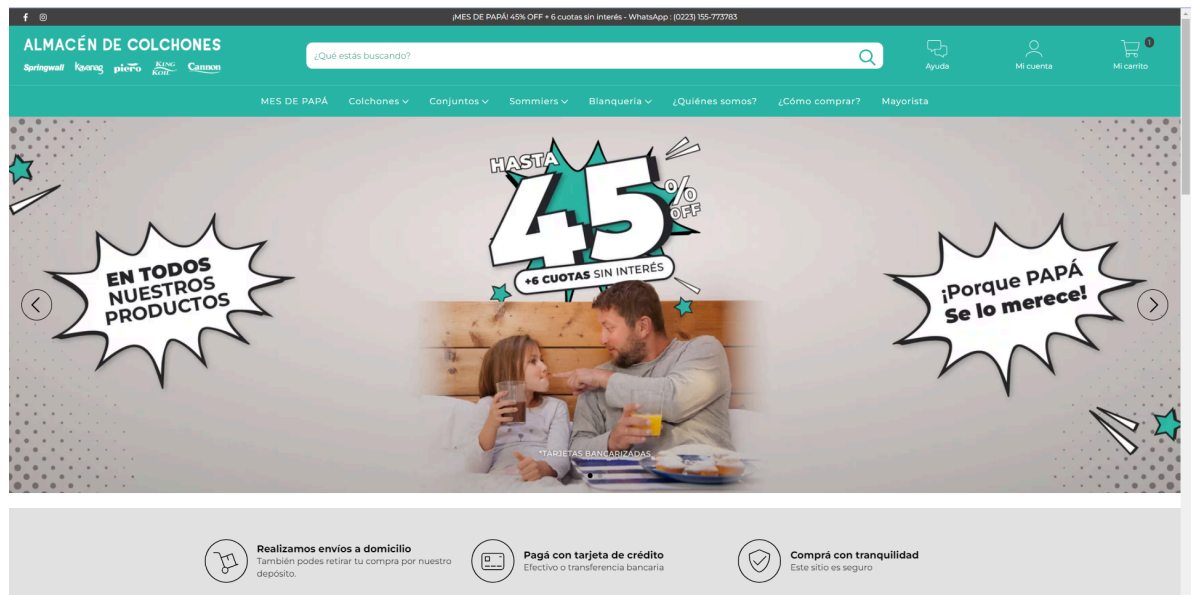


Fig 11: Sitio web home

Exhibición de producto en web

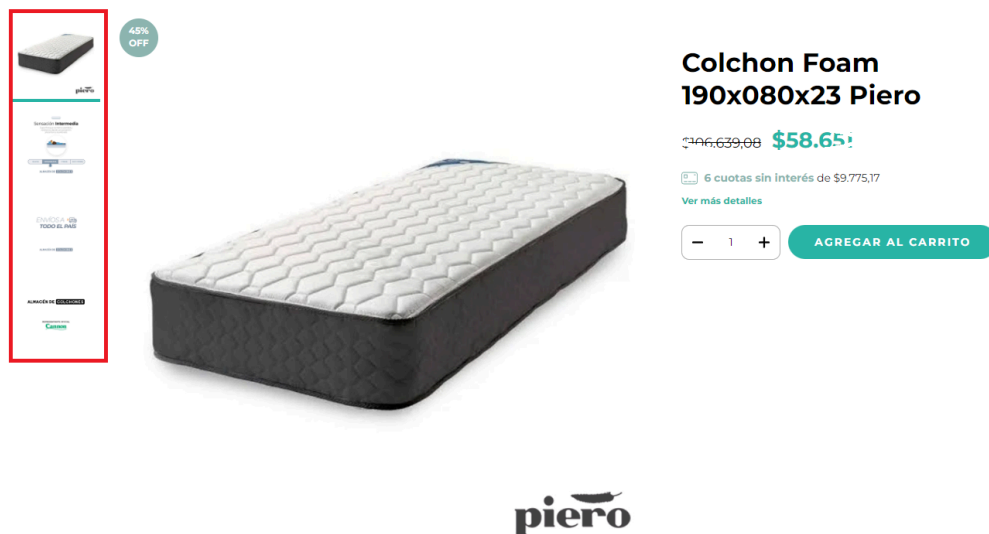


Fig 12: Foto producto sitio web

Análisis de la imagen y sistema

- Se puede visualizar en las plataformas que existe la posibilidad de que las cuentas estén enlazadas, ya que las fechas de los posts de Instagram y Facebook coinciden.

- En Facebook, la empresa tiene 4 cuentas de Facebook diferentes para cada una de las sucursales, esto es un problema ya que actualmente, puede generar confusión en la audiencia y dividir al público, la transmisión de un mensaje no asegura la recepción del mismo. La empresa puede esforzarse en enviar información valiosa para sus clientes, pero si ellos no están receptivos a dicha información, ésta nunca tendrá el efecto esperado por las empresas. (Valerio et al., 2014) Es por esto que es importante la concentración de usuarios que siguen a la página para unificar el segmento.
- Se puede ver un lenguaje unificado principalmente conformado por la tipografía, el color y la forma en dirigirse al consumidor, sin embargo esto último puede ser un error, ya que el segmento al que se lo dirige no es igual en cada plataforma.

“Para garantizar el éxito de la comunicación, el emisor debe adaptar el objeto de comunicación y los recursos lingüísticos y extralingüísticos de los que dispone a su intención comunicativa y a los virtuales receptores seleccionando y aplicando estrategias comunicativas complejas para evitar que los receptores no entiendan lo dicho o que rechacen lo que se dice, porque se seleccionó un léxico desconocido, un registro estilístico inadmisibles, unas formas de decir que al contrastar con lo usual y admisible provocan —sin que tal fuera la intención del emisor— un rechazo emocional.” (Wotjak, 1986, 369)

- Otra característica que se puede diferenciar de las plataformas y que no pasa desapercibida, es el movimiento. En la página web, las imágenes se encuentran estáticas mientras que las publicaciones de Instagram y Facebook son Reels o videos de corta duración lo que genera una traba en la página web ya que como afirma Ariely (2000) y Klein (1998) se puede esperar que el movimiento de la imagen tenga un efecto positivo sobre la intención de compra del consumidor online.

- En todas las plataformas (con algunas excepciones en la página web) las imágenes que muestran los productos tienen características negativas como por ejemplo; El tamaño de la imagen, la cantidad de imágenes que muestran el producto y la falta de información del mismo como podemos ver en *Fig 12*.

- Al momento de adquirir un producto, solo se encuentra la tienda de la página web o se puede escribir vía Whatsapp.

- Los filtros de selección de producto que propone el sitio web no se adecuan a los estándares de la empresa ya que no son específicos para el uso que los clientes le van a dar.

En resumen, los mensajes que produce el emisor deben ser coherentes con la misión de Almacén de Colchones y dirigidos de manera correcta a los receptores según el canal que se quiera utilizar mediante un lenguaje unificado y específico conformado por imágenes y videos que exhiban los productos con más detalle, lo que también le dará la oportunidad a Almacén de Colchones no solo de generar lealtad con el consumidor sino también la oportunidad de desarrollar una diferenciación con la competencia.

El consumidor

Desde la perspectiva de los consumidores, es común que aquellos que adquieren un colchón sean principalmente quienes lo utilizarán. En la mayoría de los casos, estos cambios de colchón ocurren entre los 3 y 6 años, representando más del 70% de las compras. Los motivos para estos cambios suelen ser por razones de salud, desgaste o la renovación general de los muebles. Por otro lado, desde el punto de vista de los médicos, según los estudios realizados por Ana María Gonzales Perdomo (2020), la relación entre el colchón y la salud se enfoca principalmente en la mitigación de molestias físicas. Por su parte, los vendedores del sector consideran que el colchón es un factor determinante para el confort y la salud tanto corporal como

física. Por otra parte, es interesante traer a colación el modelo de proceso de compra que propone Philip Kotler para comprender cuales son las instancias que va experimentando el consumidor hasta llegar a obtener un producto de Almacén de Colchones para poder ofrecer mejoras en cada una de las fases.

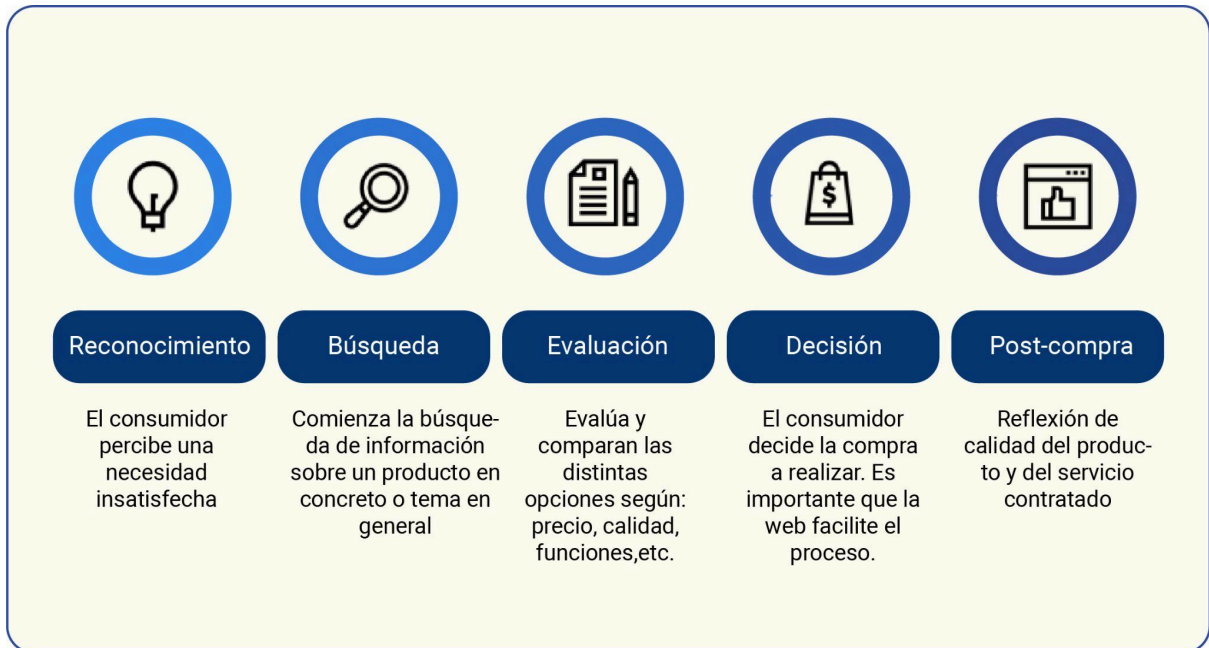


Fig 13 “Fases del proceso de compra”

Según lo que se puede ver en las fases del proceso de compra que propone Kotler, podemos darnos cuenta que Almacén de Colchones entra en juego a partir de la etapa de búsqueda, donde va a ser según su calidad de servicio, sus productos y su inversión en herramientas tecnológicas, más o menos frecuente en las búsquedas, logrando así más exposición al consumidor y por lo tanto probabilidades de atraer nuevos clientes (Blanco, 2011).

Análisis FODA

El análisis FODA, también conocido como matriz FODA o DAFO, es una herramienta útil para evaluar la situación actual de una empresa o proyecto. Permite identificar y analizar las fortalezas (F), debilidades (D), oportunidades (O) y amenazas (A). Es importante utilizar esta herramienta como punto de partida para la planificación estratégica y la toma de decisiones para poder visualizar el rumbo de este proyecto y saber cuáles van a ser las decisiones y caminos a seguir.



Fig 14: Análisis foda

•Fortalezas: Almacén de Colchones cuenta con características que son difíciles de adquirir para una empresa tan joven; además de tener equipos formados para las ventas y la comunicación en redes, brinda uno de los mejores servicios a nivel local y también tiene una gran variedad de productos.

- Amenazas: La principal amenaza que se pudo detectar fue la situación socioeconómica del país ya que incide directamente en la manera de consumir de los clientes. Por otro lado, el hecho de que Almacén de Colchones se dedique a la venta de varias marcas y tenga rangos de precios muy grande le otorga el beneficio de que sus clientes puedan elegir nuevas alternativas dentro de la misma marca.

- Debilidades: La debilidad más importante es la venta online y la falta de optimización de los medios digitales. Si bien esto es una característica común en la competencia, esto genera una gran oportunidad de diferenciarse.

- Oportunidades: Se observó que dentro del mercado local de colchones, nadie en la competencia tiene el foco puesto en la atención personalizada y la venta online, lo cual si pudiese desarrollarse generaría una gran diferencia en el proceso de compra, facilitando las transacciones mediante la página web.

Luego de hacer un análisis en cuanto a fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades, podemos concluir en que los posibles aspectos a mejorar para obtener una diferenciación en el mercado local pueden ser ámbitos como la comunicación y la venta en las plataformas digitales, ya que se presentan como debilidades de Almacén de Colchones y por la investigación previa de la competencia es un aspecto que la competencia tampoco tiene desarrollado.

Problemática y objetivos

Problema general

Incompatibilidad entre el servicio brindado en tiendas físicas y la tienda digital

Problemas específicos

1. El consumidor no cuenta con un sistema para introducir sus características personales en la web
2. La dimensión táctil no puede darse en un contexto de compra online
3. Las imágenes de los productos de la web no otorgan suficiente información
4. Falta de organización de los distintos canales de comunicación

Objetivo general

Desarrollar mediante herramientas tecnológicas una atención personalizada de máxima calidad en la tienda digital de Almacén de Colchones

Objetivos específicos

1. Mejorar la experiencia de usuario en la tienda online
 2. Desarrollar una web más interactiva
 3. Lograr un posicionamiento notable en el mercado local de colchones
 4. Permitir la configuración de la búsqueda por parte del cliente, mediante el desarrollo de formularios interactivos para que puedan arribar al producto más adecuado a sus necesidades
 5. Distinguir la comunicación de los diferentes canales
-

Piezas

Luego de la recolección de datos e información, se llevó a cabo un mapa de piezas fraccionado en tres etapas con las soluciones a los problemas planteados en este proyecto.

Primer etapa:

- Manual de identidad corporativa
- Señalética para una empresa de más de 30 personas
- Rediseño web y sistema de compra
- Rediseño de fachada de la sucursal de Av.Champagnat

Segunda etapa:

- Exhibidor de colchones
- Humidificador y packaging
- Spot publicitario
- Billboard

Tercera etapa:

- Pieza editorial y tríptico
- Sistema de difusión progresivo de campaña
- Sistema de 3 afiches publicitarios
- Campaña de marketing directo



mapa de piezas



fig. 15 Mapa de piezas

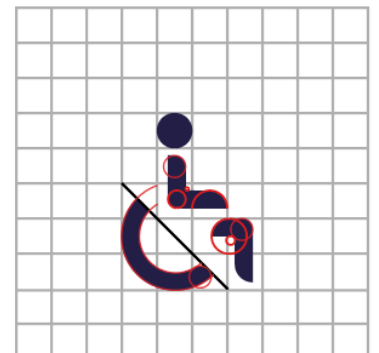
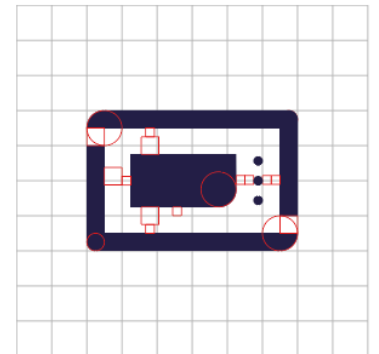
PRIMER ETAPA

Manual de identidad corporativa



Se elaboró un manual de marca corporativa con el objetivo de aumentar la versatilidad en las aplicaciones y facilitar el trabajo en espacios reducidos cuando sea necesario. Además, se buscó mejorar el posicionamiento de la marca mediante una síntesis del logotipo. Este manual permitirá establecer los parámetros de diseño que la empresa deberá seguir sin excepción, con el propósito de diferenciarse y trabajar en su posicionamiento frente a la competencia local.

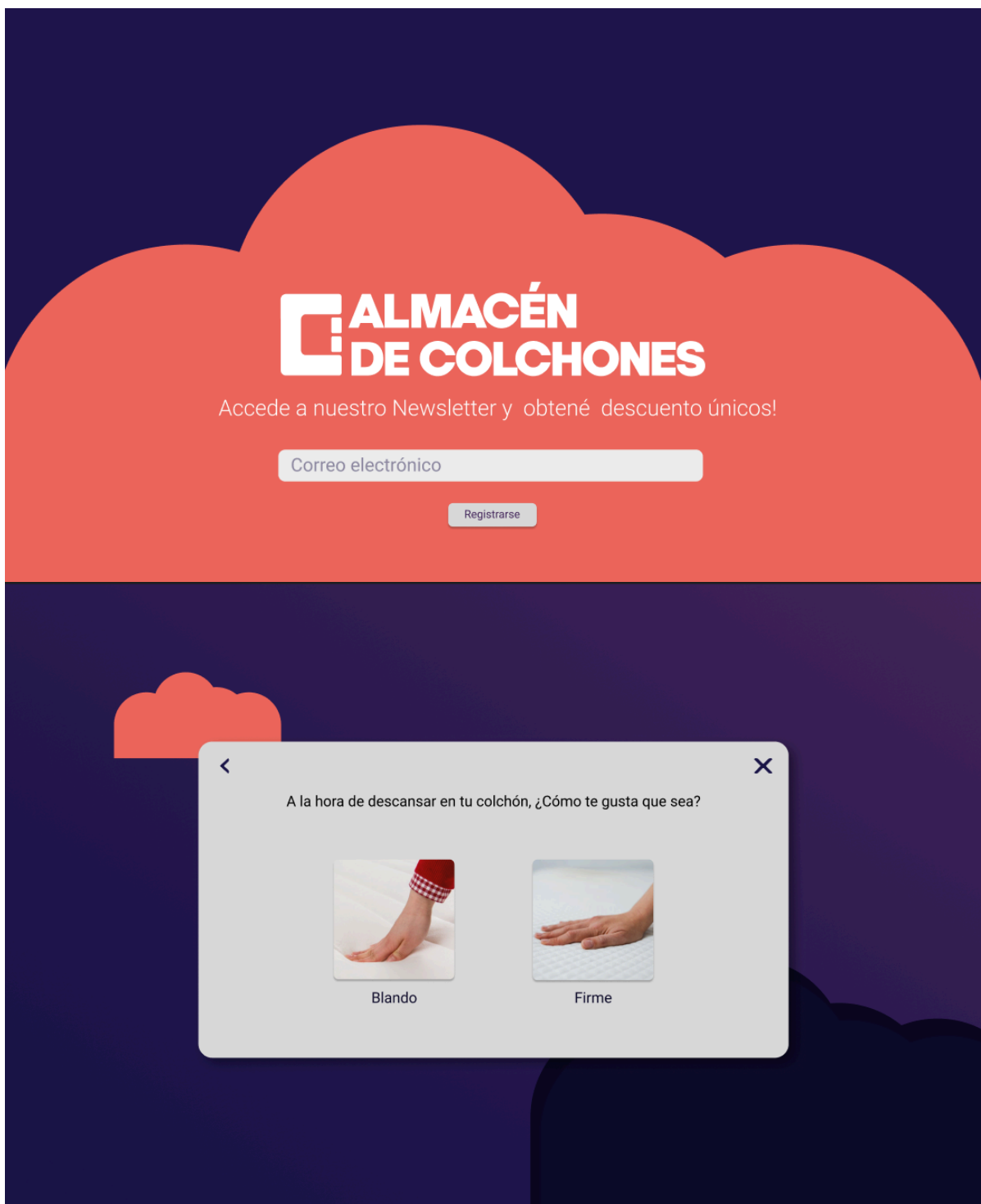
Señalética



Se implementó un sistema de señalización dentro de la sucursal de Champagnat, motivado por la presencia residual de señalética de empresas anteriores en el lugar. El propósito fundamental de este sistema es garantizar la claridad y la eficiencia en la rotación de empleados, evitando confusiones y asegurando que cada individuo conozca exactamente dónde llevar a cabo sus tareas asignadas.


Además de su función práctica, la señalética contribuye significativamente a fomentar un sentido de pertenencia entre los empleados hacia la empresa. Al mantener una comunicación uniforme y específicamente diseñada para el entorno laboral de cada miembro del equipo, se promueve una conexión emocional con el lugar de trabajo. Este enfoque cohesivo y personalizado refuerza la identidad corporativa y fortalece el espíritu de colaboración en el entorno laboral, subrayando la importancia de cada individuo en el conjunto de la organización.

App para rediseño de compra



< ×

King Koil Luxury



Q zoom



Group 50
King Koil - Luxury
\$555.216
Hasta 3 cuotas sin interés

< 1 > Agregar al carrito

Características Colchón

- Largo: 190 cm
- Ancho: 140 cm
- Espesor: 26 cm
- Material: Resortes Ultra Coil
- Soporta: hasta 160kg
- Marca: Piero


Características Sommier:

- Largo: 190 cm
- Ancho: 140 cm
- Tela: Jackard Matelaseada
- Marca: Piero

Detalles

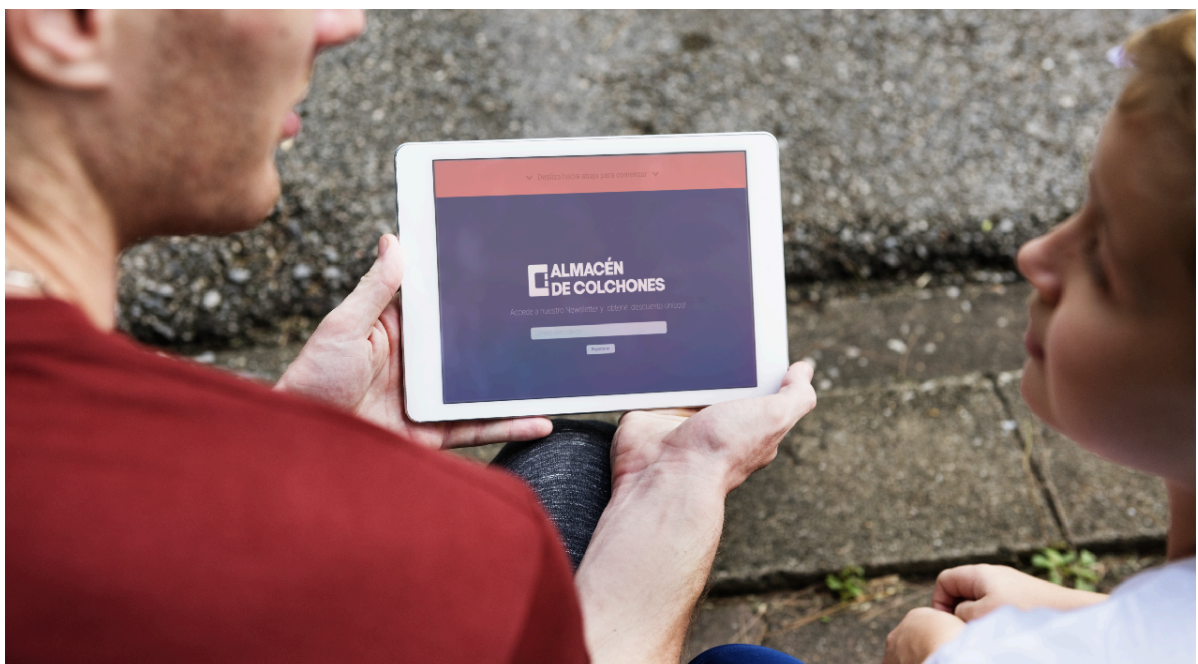
- Dentro de la línea World Luxury, este colchón está construido con base de resortes individuales Pocket y espuma Energex.
- Esta tecnología de última generación, se caracteriza por la reducción en la transmisión de movimientos y adaptabilidad a los cambios de temperatura.
- Su Pillow Top one side, con capas de espuma premium, brinda una sensación suave y de gran confort. Permite, un soporte promedio de hasta 110 kg por lado.
- Acompaña esta propuesta de alta gama, tela tejida de punto en su superficie. Brindando duración y frescura. ¡Animate a descansar como vos mereces y renová tu colchón con esta excelente alternativa!

Reseñas de nuestros clientes

 **Sofia Navil** ★★★★★
"Muy buena relación entre la calidad y el precio de este producto, lo recomiendo!"

 **Juan Prado** ★★★★★
Tuve la suerte de probarlo en la casa de mi hermano y me encantó. Ya no me muero de calor por las noches.

 **Juliana Capare** ★★★★★
"Se siente muy cómodo, mis dolores de espalda mejoraron mucho gracias a su firmeza. Super recomendado!"

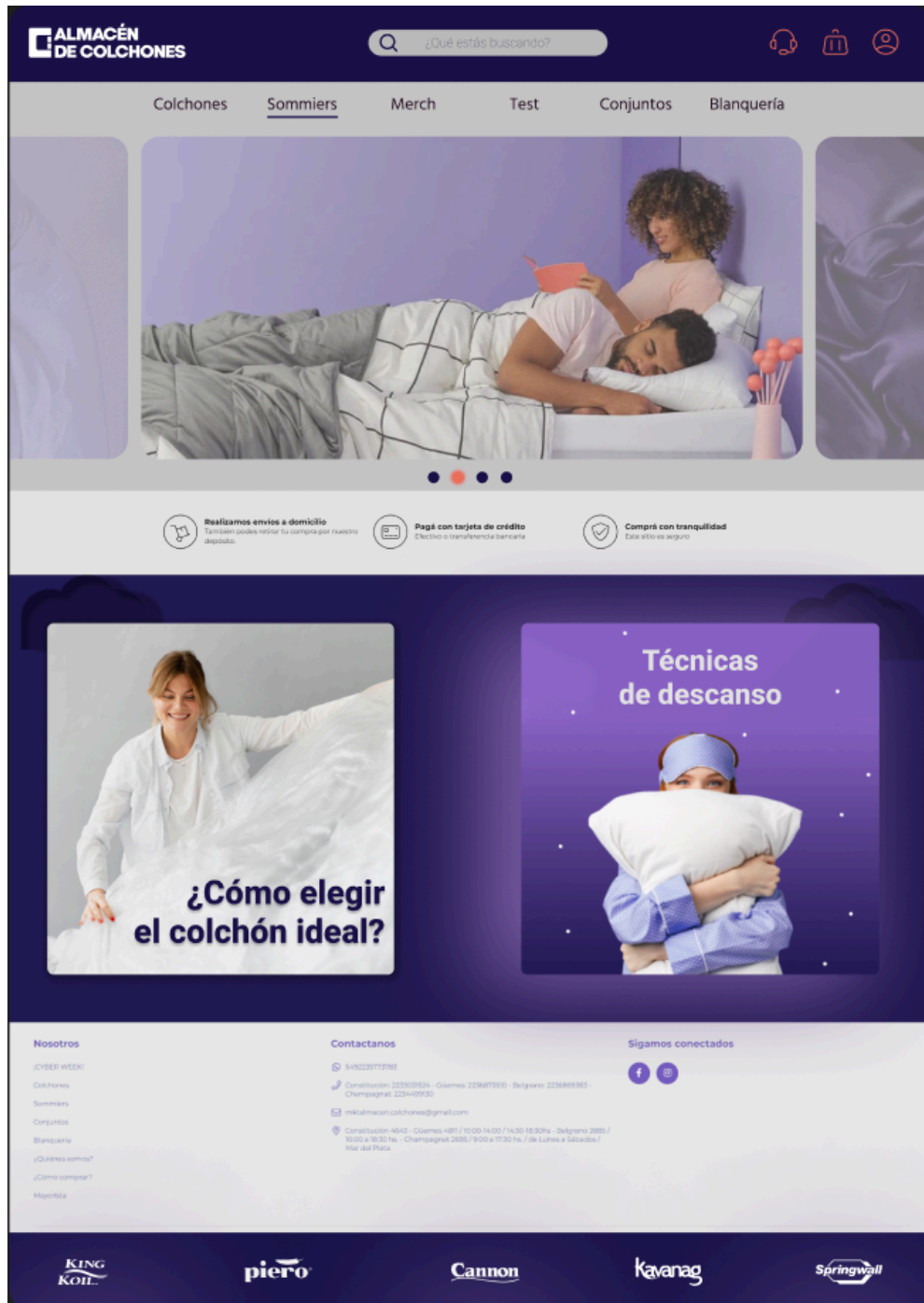


La concepción de esta aplicación tiene como objetivo principal brindar asistencia a los clientes de Almacén de Colchones en la búsqueda de su colchón ideal. Mediante una serie de preguntas estratégicas, la aplicación guía a los usuarios para encontrar el colchón que mejor se adapte a sus necesidades individuales.

Este enfoque conlleva una serie de beneficios significativos. En primer lugar, permite a los usuarios acceder a este nuevo método de compra desde sus dispositivos móviles, tablets o computadoras, brindando comodidad y flexibilidad en el proceso de adquisición. Además, reduce el riesgo de adquirir un producto que no satisfaga sus expectativas.

Por otro lado, la implementación de esta aplicación también tiene un impacto positivo en las sucursales físicas, al disminuir la cantidad de personas esperando la atención del personal. Asimismo, facilita la experiencia de compra al permitir que los clientes lleguen preparados, conociendo de antemano cuál es el colchón que desean adquirir. Esta optimización del proceso beneficia tanto a los clientes como al personal de la tienda, mejorando la eficiencia y la satisfacción en general.

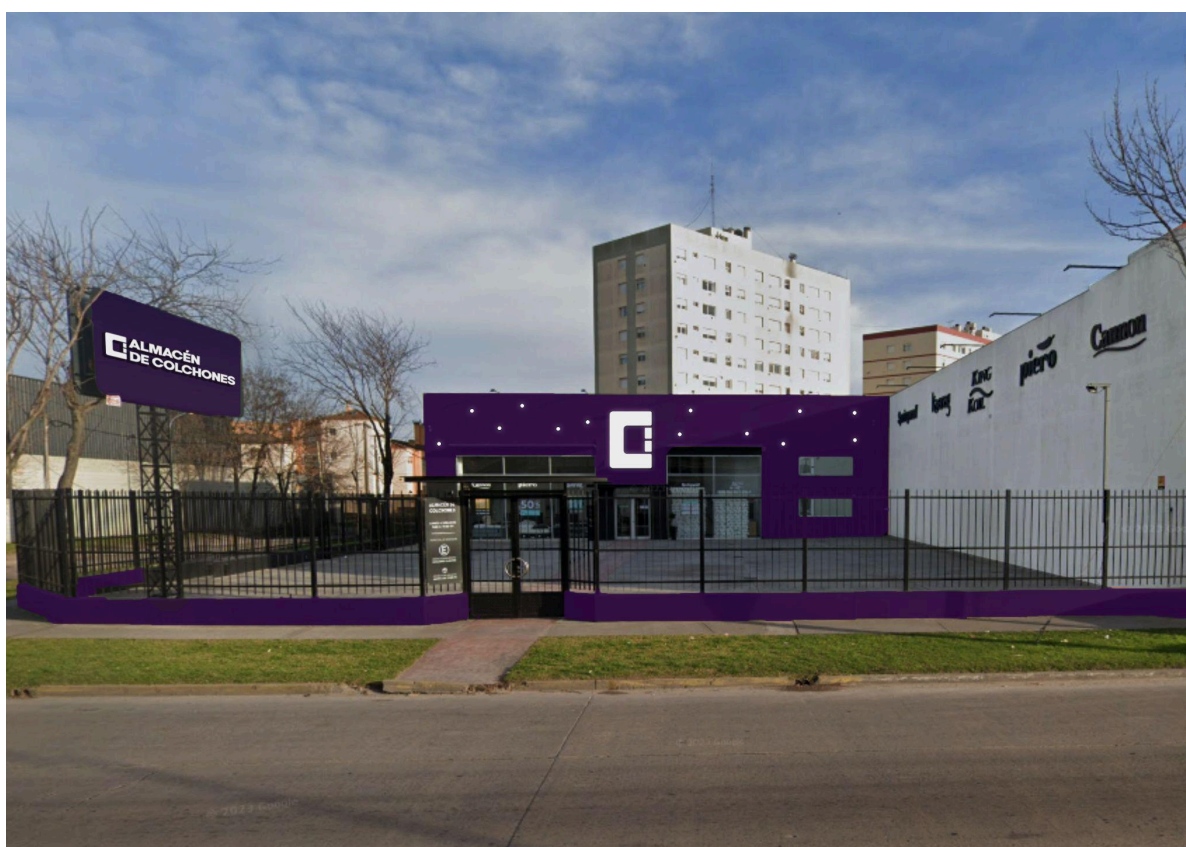
Rediseño Página web



La reestructuración de la página web se enfoca en optimizar la experiencia de compra en la tienda en línea. Además de renovar el diseño para alinear el contenido con la identidad de la

marca, se ha introducido una sección de evaluación (TEST) que permite a los usuarios completar un cuestionario y recibir recomendaciones específicas de productos según su estilo de vida. Este cambio conlleva múltiples beneficios, entre los que se incluyen la agilización del proceso de compra, la reducción del riesgo de adquirir productos inadecuados, el aumento del tráfico en el sitio web y, por ende, una mejora en el posicionamiento orgánico en los motores de búsqueda y un aumento en las ventas en línea. Además, esta modificación contribuye a descomprimir los picos de espera en las tiendas físicas, mejorando así la experiencia del cliente en todos los puntos de contacto con la marca.

Rediseño de fachadas

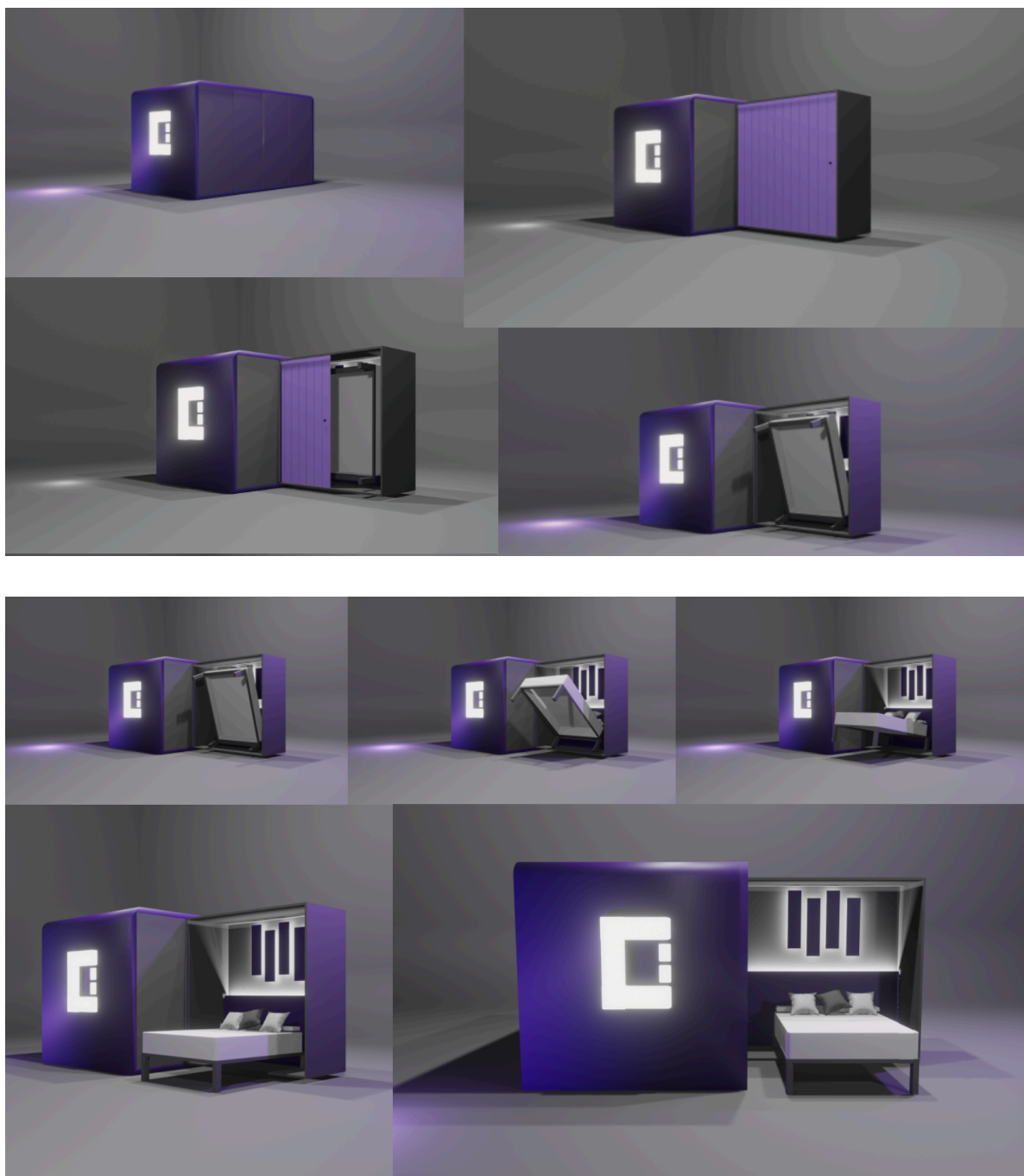




Una de las áreas que se abordaron para mejorar fue la comunicación externa de las sucursales, que a menudo variaban en cuanto a sus fachadas. Se procuró dotar a estas fachadas de una identidad distintiva mediante una paleta cromática específica y un contraste que las hace destacar, especialmente durante la noche con sus luces de bajo consumo. Esto no solo las hace más llamativas, sino que también mantiene la coherencia con las ilustraciones utilizadas para la marca. El diseño de estas fachadas tiene como objetivo ser innovador y atractivo para captar la atención de los clientes que pasan y motivarlos a interactuar con las diferentes sucursales de Almacén de colchones

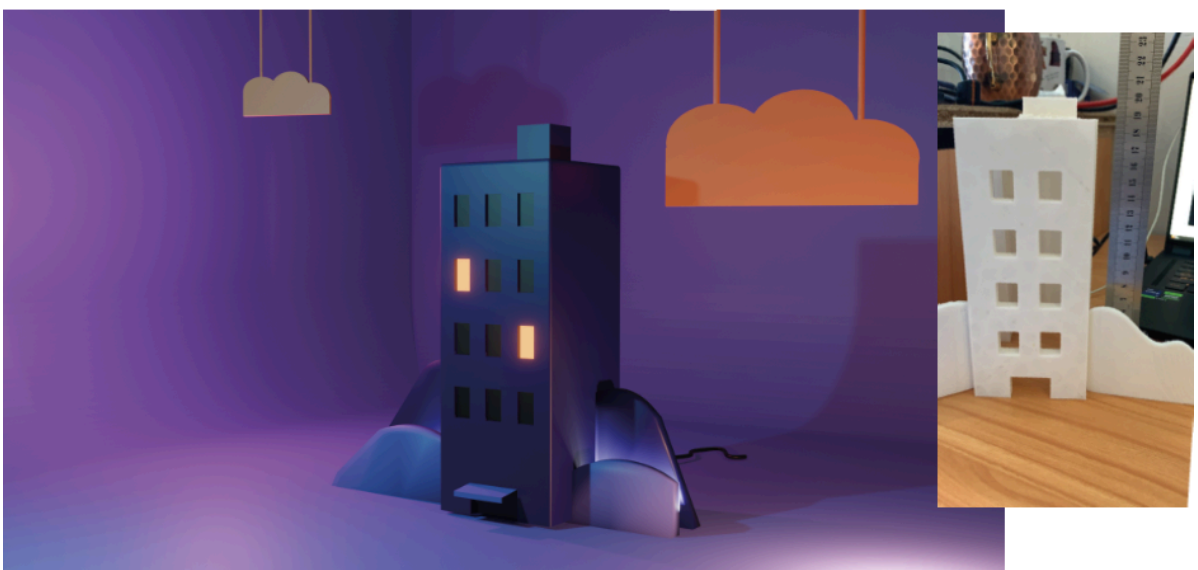
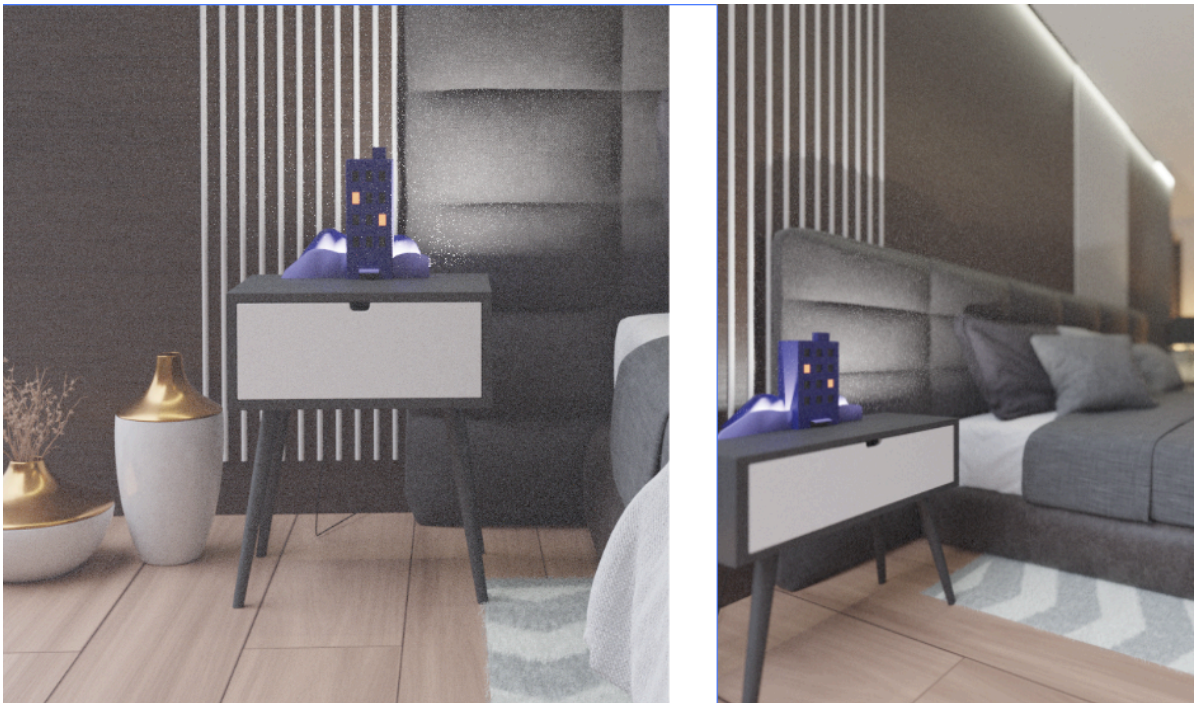
SEGUNDA ETAPA

Exhibidor de colchones

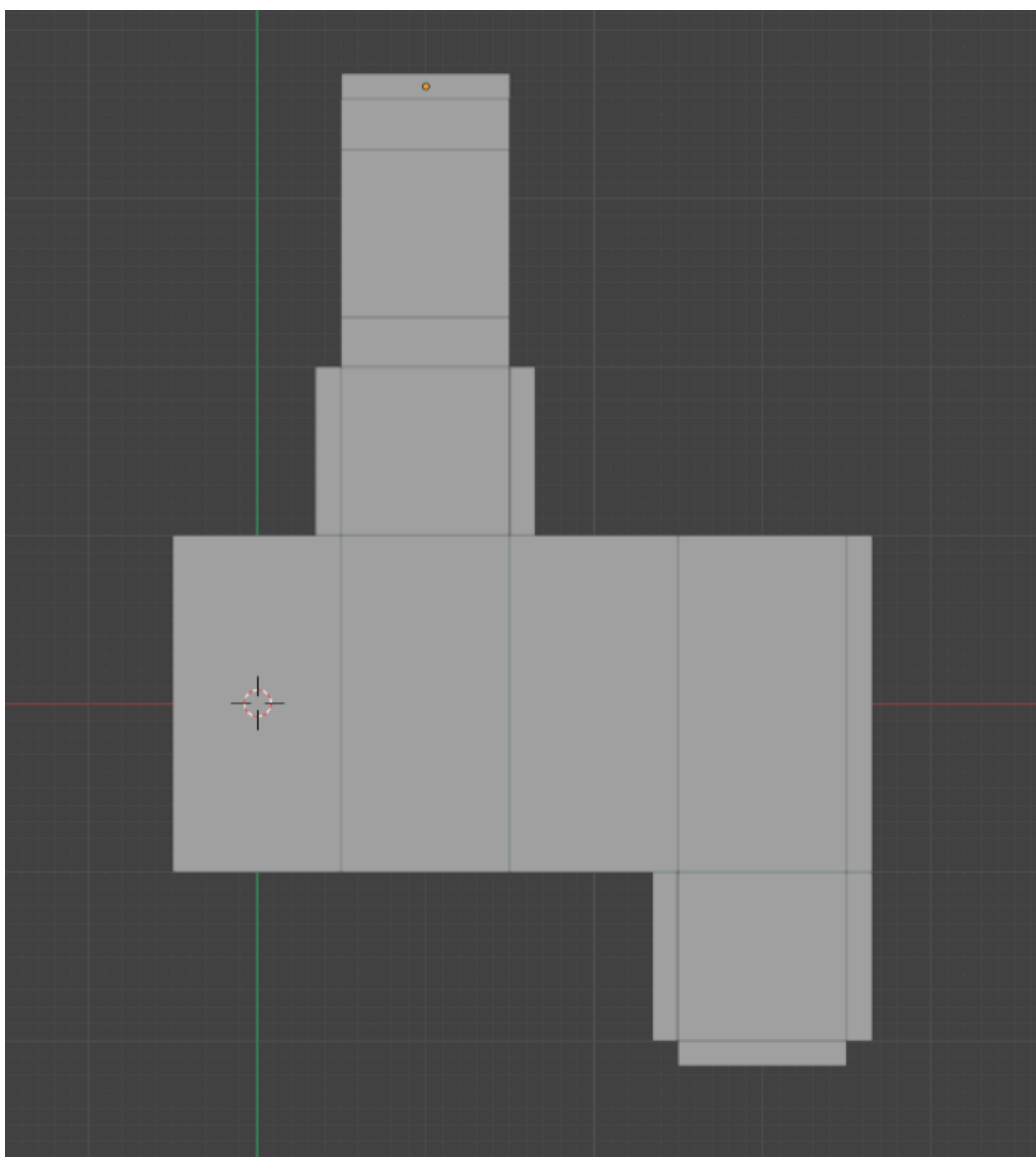


En esta instancia, presentamos un producto que resuelve el desafío del intercambio y exhibición de colchones. Tanto para el equipo de Almacén de Colchones como para los clientes, este nuevo método de exhibición ofrece una experiencia inolvidable al permitir a los clientes experimentar la prueba del producto de manera similar a estar en una habitación real. Una consideración clave fue el presupuesto del exhibidor; sin embargo, se ideó la posibilidad de realizar publicidades en sus caras laterales para ayudar a compensar los costos asociados.

Humidificador y Packaging



Este producto de merchandising fue diseñado para el público objetivo de Almacén de Colchones: las familias. Los humidificadores son especialmente adecuados para su uso durante el sueño, especialmente para personas mayores y bebés. El diseño del humidificador se basó en los recursos gráficos de la marca para garantizar una comunicación coherente, al tiempo que permite su uso como elemento decorativo e iluminación. Mediante las ventanas del humidificador, se puede configurar diferentes tipos de iluminación según las preferencias de cada cliente.



Humidificador *Ultrasonico*

- *Hidrata la piel*
- *Mantiene la humedad*
- *Evita irritación de garganta*
- *Disminuye infecciones respiratorias*

**ALMACÉN
DE COLCHONES**

En cuanto al packaging, se creó una estructura rectangular con una sustracción semicircular que permite visualizar el producto desde el exterior. El valor añadido de este packaging reside en su interior, donde al abrirlo se encuentra un cuento para niños. De esta manera, el producto se convierte en una experiencia disfrutable tanto para aquellos que lo adquieren como para los niños.

Spot publicitario



Para la publicidad en televisión y YouTube, se optó por crear un spot publicitario que presenta a un deportista a punto de emprender una hazaña arriesgada, solo para darse cuenta de que estaba soñando. La premisa del spot es transmitir el mensaje de que Almacén de Colchones se preocupa por cuidar tus sueños, no sólo para garantizar un buen descanso, sino también para que puedas perseguirlos y alcanzarlos cuando estés despierto.

Billboard



Para la publicidad en vía pública, se llevará a cabo una serie de afiches retóricos bajo el mismo concepto de la campaña actual: "cuidamos tus sueños". En este ejemplo, se ilustra un anuncio en una valla publicitaria a lo largo de la ruta. El objetivo de esta estrategia es mantenerse presente en la mente del público y fortalecer el posicionamiento en el mercado actual.

TERCER ETAPA

Pieza editorial y tríptico



Se ha diseñado esta pieza editorial con la intención de que forme parte del entorno de trabajo en todos los escritorios de las sucursales. Su propósito es educar a los clientes y usuarios sobre técnicas efectivas para mejorar su descanso. La idea detrás de esta iniciativa es fortalecer la

relación entre los clientes y la empresa. Se considera que al ofrecer soluciones para mejorar el descanso de los clientes, se puede establecer una conexión más sólida y duradera entre ambas partes. Este enfoque no solo busca proporcionar información útil a los clientes, sino también demostrar el compromiso de la empresa con el bienestar y la satisfacción del cliente.

Sistema de avisos publicitarios (tres afiches)



Las publicidades están meticulosamente elaboradas en torno al eslogan de ADC: "cuidamos tu sueño", estableciendo una conexión directa con los sueños personales, especialmente aquellos relacionados con la práctica deportiva. La esencia de la campaña radica en reflejar el compromiso de ADC con las personas, mostrando que la empresa se preocupa por más que solo proporcionar un mejor descanso. Se destaca el compromiso de ADC en ofrecer seguridad y apoyo continuo al garantizar un colchón que se ajuste a los sueños de cada individuo. Este enfoque se traduce en una asistencia no solo durante el descanso nocturno, sino también en el día a día de las personas, destacando así la integralidad del compromiso de ADC con el bienestar de sus clientes.

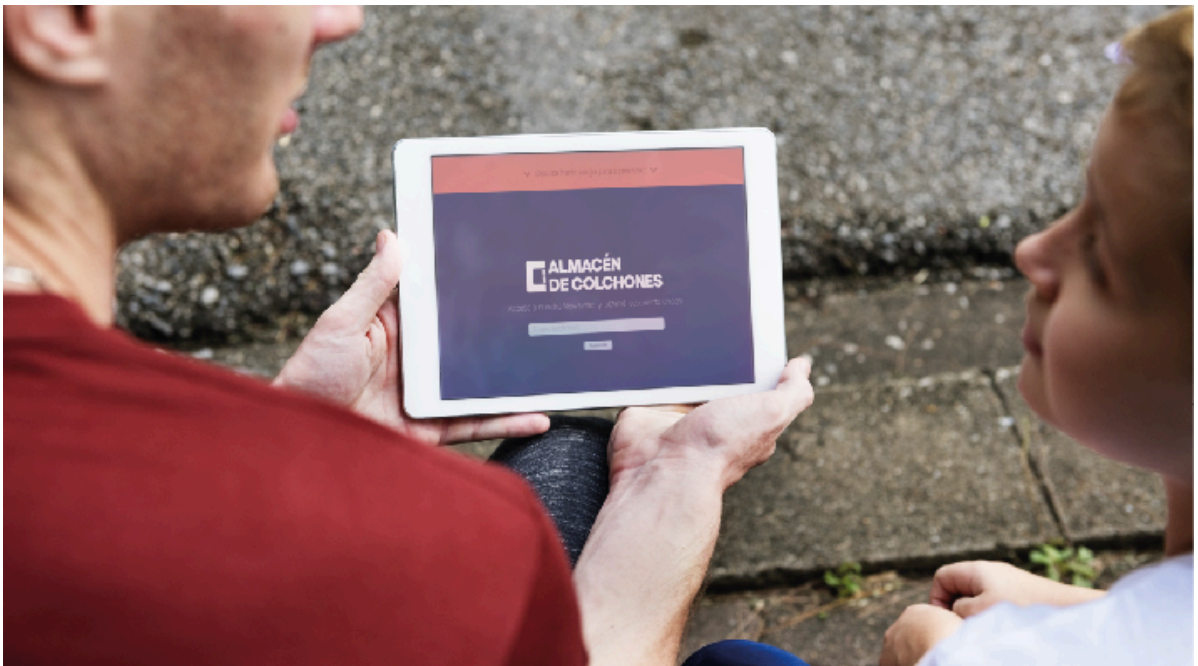
Sistema de difusión de campaña



Para el sistema de difusión de la campaña, se promoverá la utilización de la aplicación móvil, donde los usuarios podrán registrarse y suscribirse al boletín informativo (newsletter). Los canales seleccionados para la difusión de la campaña son TikTok, Instagram y YouTube. El

objetivo es recopilar la mayor cantidad de datos posible para la base de datos y luego dirigir el mensaje de la empresa a su público objetivo con la máxima precisión. Esto se llevará a cabo mediante una serie de motion graphics diseñados para las redes sociales, así como cartelería en vía pública. Esta estrategia busca maximizar la visibilidad de la campaña y garantizar su alcance a través de diferentes plataformas, asegurando una comunicación efectiva con la audiencia objetivo.

Sistema de difusión: Marketing Directo



Primera Etapa: Captación de Datos y Email Marketing

Análisis de Clientes Actuales:

Se llevará a cabo un análisis exhaustivo de la base de datos de clientes existentes de ADC para identificar patrones de compra, preferencias y comportamientos.

Encuestas y Retroalimentación:

Se realizarán encuestas y solicitudes de retroalimentación a los clientes actuales para obtener información directa sobre sus intereses y necesidades.

Registro de Clientes Potenciales:

Se implementarán estrategias para recolectar datos de clientes potenciales, centrándose en captar información relevante para personalizar futuras promociones y ofertas.

Email Marketing Personalizado:

Utilizando la información recopilada, se implementará una estrategia de email marketing altamente personalizada. Los correos contendrán ofertas exclusivas, descuentos y beneficios adaptados a los perfiles de los clientes.

Call to Action (Llamada a la Acción):

Se incorporará un fuerte llamado a la acción en los correos electrónicos, destacando un botón que invite a los usuarios a escanear un código QR para obtener un descuento de tiempo limitado. Este elemento busca incentivar la visita a las tiendas.



¿Querés obtener un **30%**
de descuento en ADC ?

Completá esta pequeña encuesta y obtené tu QR

Completar encuesta

Válido solo hasta el 10 de Diciembre del 2023

The banner features a dark purple background with white and orange text. At the bottom, there is a stylized illustration of a storefront with a large white 'G' logo on the door and a red cloud-like shape above it.

Segunda Etapa: Publicidad Geográfica y Demográfica

Publicidad Segmentada en YouTube e Instagram:

Basándonos en los datos recopilados, se ejecutarán anuncios segmentados geográfica y demográficamente en plataformas como YouTube e Instagram, así como en vallas publicitarias ubicadas estratégicamente cerca de nuestras sucursales en Mar del Plata. Esto asegurará que nuestros mensajes sean pertinentes para la audiencia específica de la ciudad.

Contenido Atractivo y Llamativo:

Los anuncios destacarán contenido visual atractivo, resaltando nuestros productos más populares y ofreciendo ofertas exclusivas para captar la atención del público objetivo de Almacén de Colchones.

Información de Call to Action:

Se proporcionará información clara sobre cómo aprovechar las promociones, haciendo hincapié en el uso del código QR para obtener descuentos exclusivos en nuestras tiendas físicas.

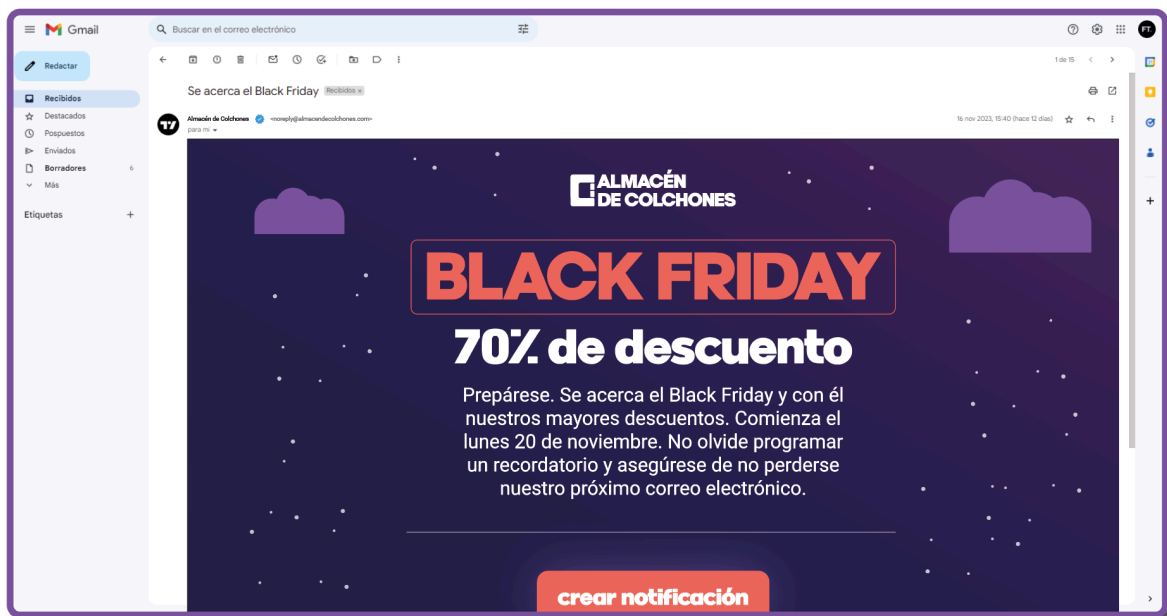
Campañas de Tiempo Limitado:

Se implementarán campañas con ofertas de tiempo limitado para generar un sentido de urgencia y motivar a la audiencia a realizar compras de manera inmediata.

Medición de Resultados:

Se utilizarán herramientas de análisis para medir la efectividad de la campaña, incluyendo tasas de apertura de correos electrónicos, clics en anuncios y conversiones en tienda. Este enfoque integral no solo busca promover las ofertas de ADC, sino también construir relaciones sólidas con

la audiencia a través de mensajes personalizados y ubicaciones estratégicas. La captación de datos precisa permitirá una segmentación más efectiva y, por lo tanto, una comunicación más impactante con nuestros clientes potenciales.



Referencias

Acosta, M. E., Rendón, B. L., Priego, -F. S., Peña-Escudero, C., Martínez-Cruz, B., & Melgarejo-Gutiérrez, M. (2016). ¿Qué es el sueño y cuáles son sus efectos? El sueño es un fenómeno generado de manera activa por el cerebro y regulado por factores circadianos y homeostáticos. Es un proceso fisiológico complejo, caracterizado por reducción de la actividad motora, *dism.* Revista Ciencias Biomédicas.

ARIELY, D. (2000). Controlling Information Flow on the Importance of Control in Decision Making and the Value of Information. *Journal of Consumer Research*.

ARMSTRONG, G., & KOTLER, P. (n.d.). Fundamentos de Marketing. Facultad Regional Reconquista. Retrieved June 5, 2023, from https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf

Blanco, F. (2011). Diferencias de género en las percepciones sobre la representación visual del producto online: impacto en la satisfacción e intención de compra. *esic market*.

Bravo, P. D., & Martinez, N. C. (2020). Comunicación corporativa para la fidelización del cliente. Retrieved June 19, 2023, from <https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion/article/view/2963/3089>

Canella, R. (2010, October 18). ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DESDE LA COMPLEJIDAD: EXPERIENCIAS, DESARROLLOS Y DESAFÍOS PARA LA INVESTIGACIÓN. *CIENCIARED*. Retrieved June 19, 2023, from http://www.cienciarred.com.ar/ra/usr/9/348/fisec_estrategias_n14m1pp95_111.pdf

Castelló Martínez, A. (2010). La orientación empresarial hacia el cliente en la Web 2.0. *MHCJ*.

Enciclopedia Médica A.D.A.M. (n.d.). El sueño y su salud. MedlinePlus. Retrieved June 5, 2023, from <https://medlineplus.gov/spanish/ency/patientinstructions/000871.htm>

GONZÁLEZ, A. M. (2020). IMPORTANCIA DEL CONOCIMIENTO DEL FACTOR SALUD EN LA COMPRA DE COLCHONES. IMPORTANCIA DEL CONOCIMIENTO DEL FACTOR SALUD EN LA COMPRA DE COLCHONES. AUTOR ANA MARÍA GONZÁLEZ PERDOMO ADMINISTRACIÓN DE. Retrieved June 5, 2023, from https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/2493/ADM_1110576347_2020_1.pdf?sequence=8&isAllowed=y

Klein, L. R. (1998). Evaluating the Potential of Interactive Media through a New Lens: Search versus Experience Goods. *Journal of Business Research*.

LA COMPRA DE UN COLCHÓN ES CUESTIÓN DE SALUD? CASO PROVINCIA DE COTOPAXI – ECUADOR. (2019, January 24). Redalyc. Retrieved June 5, 2023, from <https://www.redalyc.org/journal/4776/477658117007/html/>

Maski, K., & Kothare, S. (2013). Sleep deprivation and neurobehavioral functioning in children. In *Sleep and Development: Familial and Socio-Cultural Considerations*. Cambridge University Press.

National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion. (2022, September 7). Sleep and Sleep Disorders | CDC. Centers for Disease Control and Prevention. Retrieved June 5, 2023, from <http://www.cdc.gov/sleep/index.html>

Nou Future Espumes S.L. (2020, May 27). ¿Sabes de dónde viene el colchón y quién comenzó a utilizarlo? - Colchones Viscoelásticos, Colchones Mini Cunas y Almohadas Viscoelásticas - Nou Futur. Noufutur. Retrieved June 5, 2023, from <https://noufutur.es/sabes-de-donde-viene-el-colchon-y-quien-comenzo-a-utilizarlo/>

Samson, A. Z., Diaz, M. A., Wickwire, E. M., & Scharf, S. M. (2015, August 24). The Functions of Sleep. *AIMS Press*. Retrieved July 12, 2023, from <https://www.aimspress.com/article/id/395>

TORO ARISTIZÁBAL, E. (2016, February 15). ANÁLISIS DEL SECTOR COLCHONERO EN LATINOAMÉRICA. Análisis del sector colchonero en Latinoamérica. Retrieved June 5, 2023, from https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/8012/Estafania_ToroAristizabal_2015pdf?sequence=2

Valerio, G., Herrera, N., Herrera, D., & Rodríguez, C. (2014, February 1). En Facebook el tamaño sí importa. Revista UNAM. Retrieved June 19, 2023, from <https://www.revista.unam.mx/vol.15/num2/art12/>

Vista de Uso de variables mediadoras y moderadoras en la explicación de la lealtad del consumidor en ambientes de servicios. (2015). Universidad Icesi. Retrieved June 5, 2023, from https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/2064/pdf_18

Willis Towers Watson. (2021, July). The Employee Experience Stress Test. Lessons for Leaders. Retrieved June 5, 2023, from <https://www.wtwco.com/en-BE/insights/2021/10/infographic-the-employee-experience-stress-test-lessons-for-leaders>

Wotjak, G. (1986). Acerca de la adecuación de 'la traducción al receptor. Universidad Complutense.