

Proyecto de investigación

▶▶▶ 12 DE ABRIL DEL 2025





Integrantes



Danna Karelly Balan
Marchena



Marcos Centeno
Martínez



José Manuel
Domínguez Orama



Mariana Vásquez
Falcon

Contenido

- 01 Objetivos
- 02 Antecedentes
- 03 Planteamiento del problema
- 04 Resultados
- 05 Sugerencias



Objetivo

Fortalecer la posición competitiva de Parfums Rachelle en el mercado mexicano de fragancias mediante estrategias que optimicen la experiencia del cliente, diversifiquen las líneas de productos y amplíen su presencia tanto física como digital, asegurando un crecimiento sostenible en ventas y fidelización.

Objetivos Específicos

- Implementar políticas comerciales más flexibles, como cambios o devoluciones bajo condiciones específicas, para aumentar la satisfacción del cliente.
- Expandir las campañas publicitarias en redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok) para atraer nuevos públicos y reforzar la fidelidad de los clientes actuales.
- Reabrir sucursales estratégicas cerradas durante la pandemia o explorar nuevas ubicaciones con alto potencial de mercado.
- Colaborar con influencers o embajadores de marca para aumentar el alcance y relevancia entre audiencias jóvenes.

02

Antecedentes

El proyecto inicial de este éxito radica en una mujer emprendedora con una pasión y gran visión, que en ese momento solo tenía claro algo, lograr un sueño y trascender en el área comercial.

Como empresaria y junto a un grupo de inversionistas ha conseguido construir poco a poco una firma sólida, lo que hoy es Parfums Rachelle.



06



Planteamiento del problema



- La realización de este proyecto es de enfoque exploratorio, ya que nos permite identificar las debilidades y oportunidades de la perfumería y comprender sus causas, con el objetivo de encontrar posibles soluciones. El enfoque es cuantitativo, ya que se hicieron uso de encuestas para la recopilación de datos. Por lo cual nos permite tomar mejores soluciones para las problemáticas abordadas para mejorar la rentabilidad de la empresa.



Problema

01

Mercadotecnia en redes sociales

No cuentan con una presencia en las diferentes redes sociales y no suben contenido constante.

02

Posicionamiento

A pesar de tener precios accesibles carecen de promociones u ofertas especiales



Competidores

PERFUMES EUROPEOS

Nuestro único competidor directo, ya que se dedica exclusivamente a la venta de perfumes.

MINIGIRL

Competidor indirecto, ya que vende otros productos aparte de perfumes.

LINEAS

Competidor indirecto, se dedica especialmente a la venta de artículos de ropa pero igual vende perfumes.

PROMODA

Competidor indirecto, su giro es la venta de ropa y perfumes.

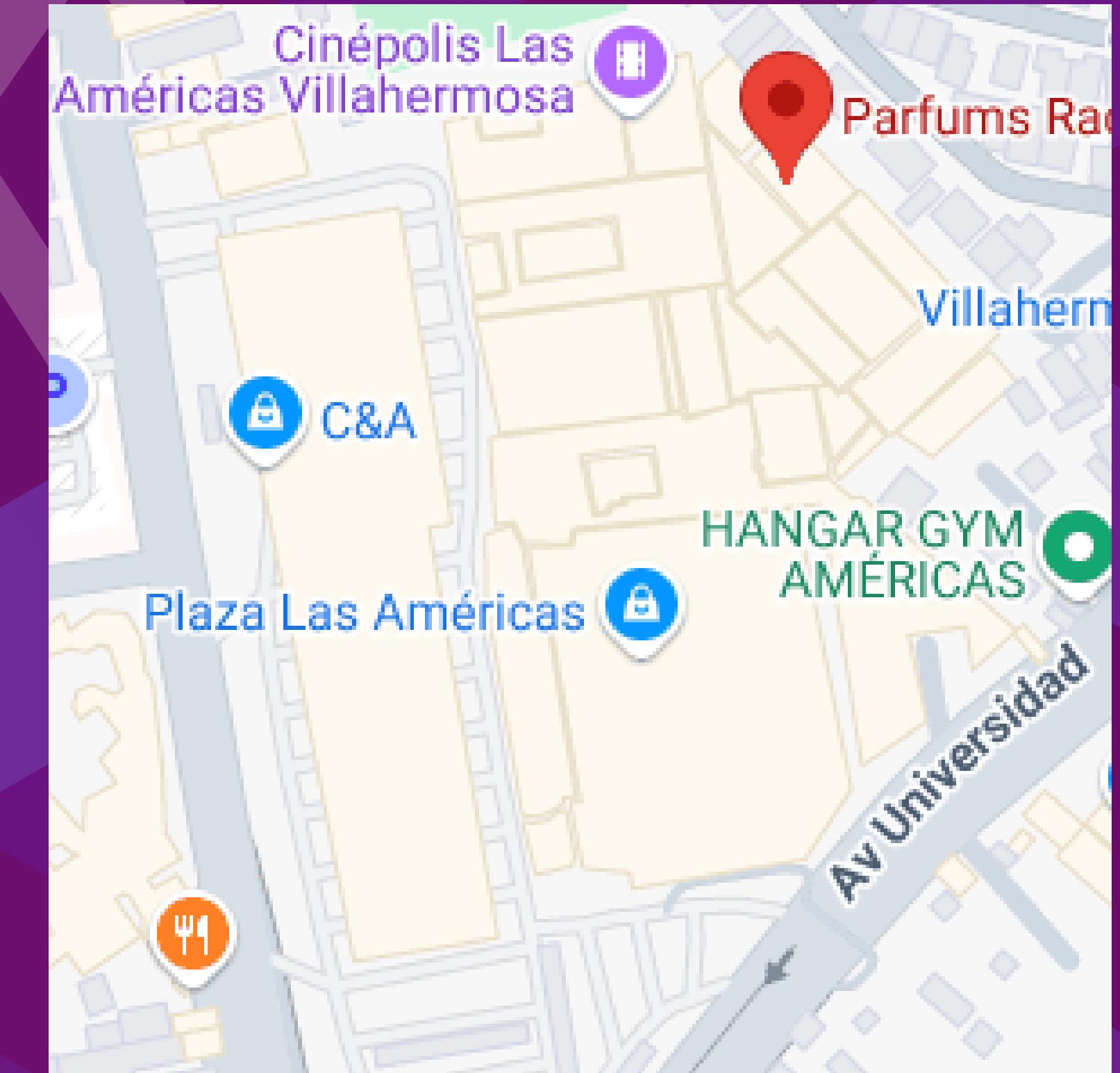


09

Población

Actualmente, no se dispone de datos públicos oficiales que indiquen la cantidad promedio de visitantes que recibe Plaza Las Américas en Villahermosa, Tabasco.

En su página de Facebook, la plaza cuenta con más de 9,000 seguidores y ha registrado más de 4,900 visitas, lo que sugiere una presencia significativa en la comunidad local.



INSTRUMENTO

SECCION 1

Encuesta a profundidad en Google Forms con el objetivo de evaluar las percepciones de los clientes sobre Parfums Rachelle.

SECCION 2

- Instrucciones y carta de consentimiento de su participación.
- Datos sociodemográficos.
- Variables a estudiar con sus respectivos ítems.



Resultados

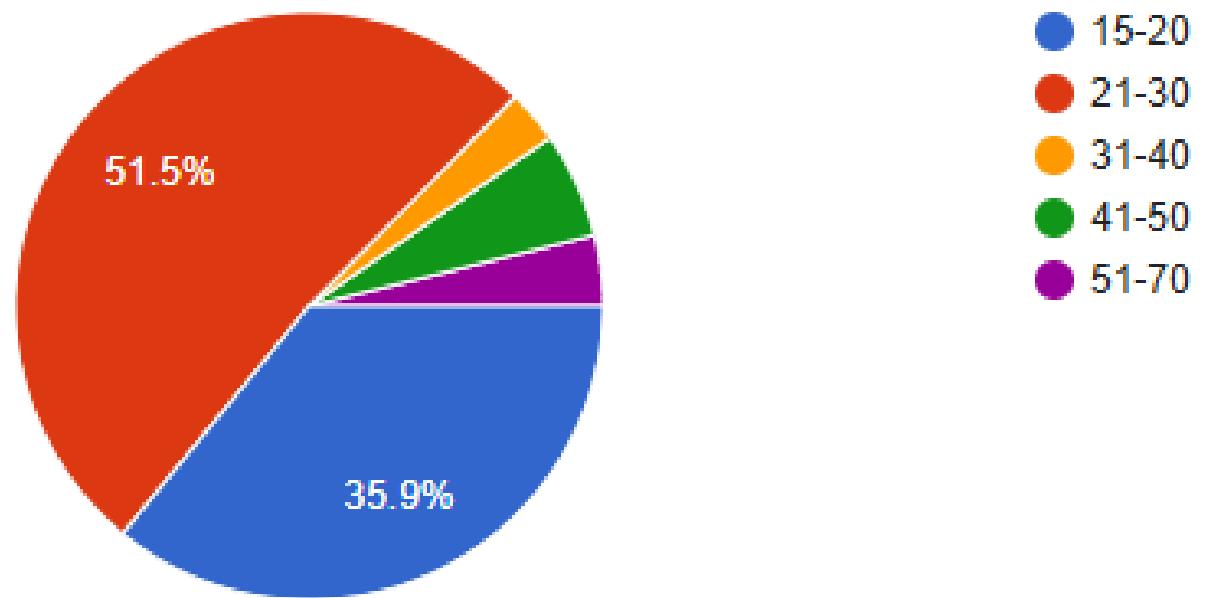
De acuerdo a la variable identificada los resultados fueron los siguientes:



PERFIL DEMOGRÁFICO

Edad

103 respuestas



De acuerdo con los resultados la mayoría de nuestros clientes tienen un rango de edad de 21-30 con un 51.5%, la siguiente seria de 15-20 con un 35.9% y el resto de la tabla con edades mas avanzadas lo que significa que en su mayoría son clientes jóvenes

Resultados

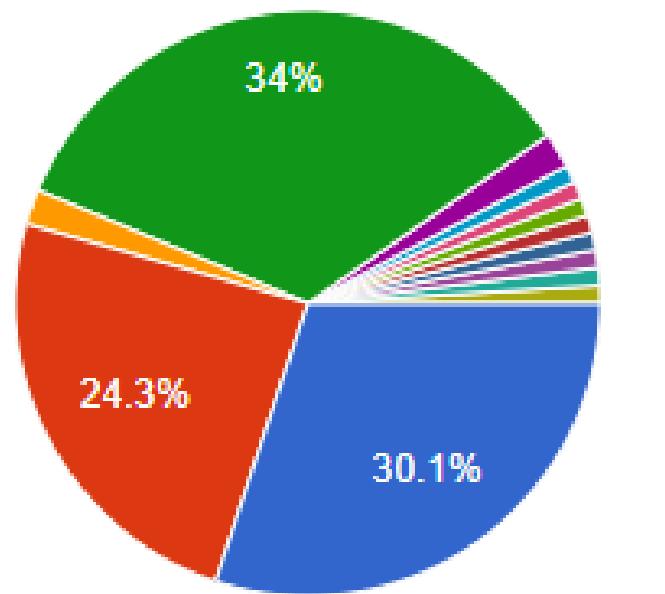
Mercadotecnia en redes sociales



CANALES DE DESCUBRIMIENTO DE LA MARCA

¿Cómo se enteró de nuestra tienda o marca?

103 respuestas



- Redes sociales
- Recomendación de un amigo o familiar
- Anuncios en periódicos, radios o televisión
- Paseando por la plaza
- Encuesta
- Por la encuesta
- Me mandaron una encuesta
- encuesta

▲ 1/2 ▼

Tuvimos mayoría de resultados que conocen la empresa con solo pasear por la plaza que fue del 34%, por publicidad de redes sociales con un 30.1%, por recomendaciones de amigos o familiares de un 24.3% y el resto por otras razones



Resultados

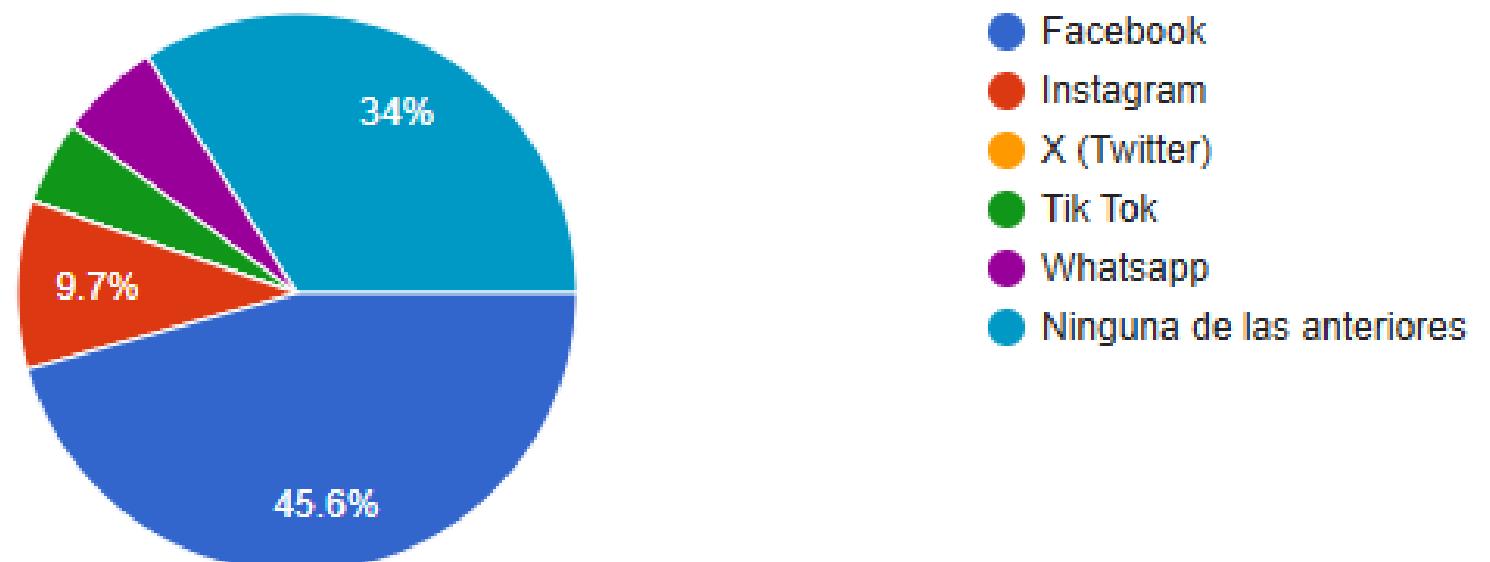
De acuerdo a la variable identificada los resultados fueron los siguientes:



REDES SOCIALES Y PREFERENCIAS DE CONTENIDO

¿En qué Redes sociales has visto la publicidad o promociones de nuestra empresa?

103 respuestas



Las redes sociales que somos mas visibles en facebook con un total de 45.6%, otra respuesta que tuvimos es que no conocian la empresa en ninguna red social con 34%, otras respuestas fueron la conocian por instagram con 9.7% y el resto en las demás redes sociales

Resultados

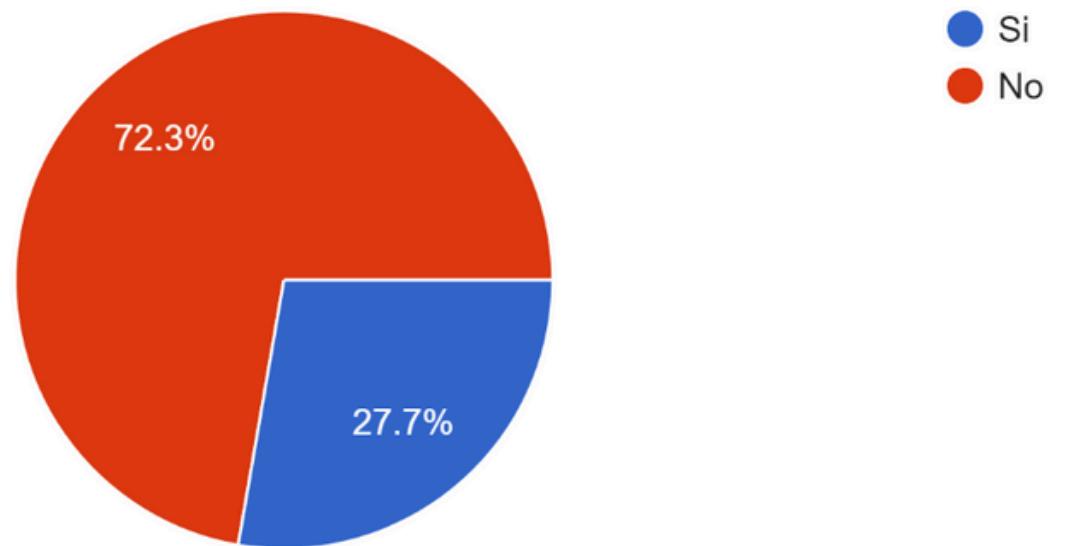
De acuerdo a la variable identificada los resultados fueron los siguientes:



PUBLICACIONES

¿Has visto las publicaciones en "Instagram y Tik Tok" de nuestra empresa?

101 respuestas



Vemos que en las redes sociales "Instagram y Tik Tok" la mayoría no han visto publicaciones de la empresa con un total de 72.3% y el resto que respondieron que si ha sido de un 27.7%

Resultados

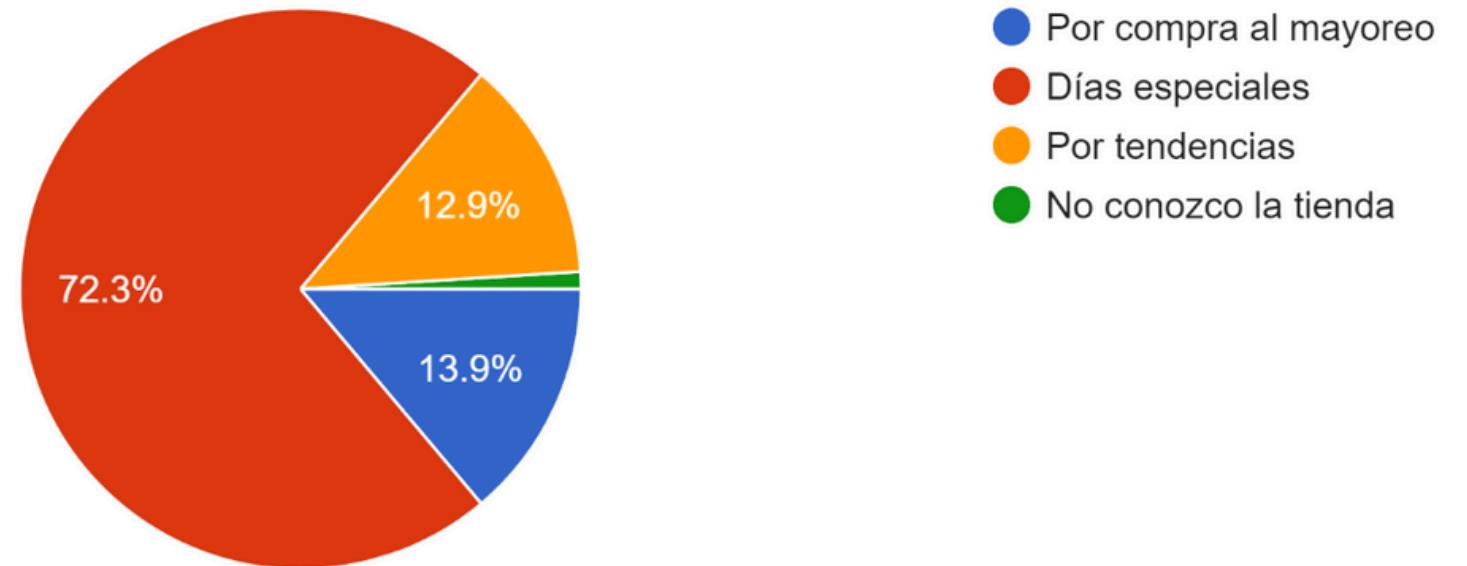
Posicionamiento



OFERTAS O PROMOCIONES

¿Qué tipo de ofertas o descuentos le gustaría ver más en nuestra tienda?

101 respuestas



Observamos que la mayoría de los clientes les gustaría hayan descuentos por días especiales con 72.3%, también vemos que por compra de mayoreo con un total 13.9% y por tendencias de un 12.9% y el resto no conoce la tienda

Sugerencias



- **Fortalecer la presencia en redes sociales específicas:** Las redes sociales son una herramienta esencial para conectar con tus clientes. Según los datos, plataformas como Facebook e Instagram tienen un gran impacto, pero es importante ampliar las estrategias para llegar a más personas.
- **Aprovechar el "boca a boca":** Las recomendaciones de amigos y familiares son una de las formas más efectivas de ganar nuevos clientes. Crear incentivos para que los clientes compartan su experiencia puede ser muy beneficioso.
- **Optimizar los descuentos y promociones:** Ofrecer incentivos personalizados como descuentos al mayoreo o promociones en días especiales puede captar más atención y generar lealtad entre los clientes.
- **Concienciación sobre la marca:** Un alto porcentaje de las personas no conocen la tienda. Esto significa que hay una oportunidad para mejorar la visibilidad y el reconocimiento de la marca a través de campañas específicas.
- **Incrementar la visibilidad en canales menos aprovechados:** Aunque las plataformas como WhatsApp y TikTok tienen menos impacto actualmente, representan oportunidades sin explotar que podrían llevarte a nuevos segmentos de audiencia.



Parfums
Rachelle

Perfumería Fina

¡Gracias por su atención!

CONTÁCTANOS PARA TRABAJAR JUNTOS