

Plan de Negocio EfectiWeb

Juan Camilo Buitrago Pérez
Celular: 3006145790
Fijo: 4117901

Asesor:
Jorge Iván Obando Villa

UNIVERSIDAD EAFIT
MEDELLÍN
2010

Tabla de Contenidos

Resumén Ejecutivo	3
Entorno	3
Oportunidad.....	3
Estrategia de éxito	3
Potencial financiero	3
Equipo de trabajo.....	3
Recursos o capital necesario.....	4
Descripción del Negocio	5
¿Qué tipo de clientes buscamos?.....	5
Análisis DOFA	6
Análisis del Entorno del Negocio	8
Análisis Competitivo.....	9
Plan de Mercadeo	10
Fase 1(semana 1): Investigación de mercado de la página web.....	10
Fase 2 (semana 2): Creación de la página web	10
Fase 3 (semana 3): Promoción de la página web	10
Fase 4 (semana 4): Verificar el progreso	11
Plan de operaciones.....	12
Costo por creación de una página	12
Costos fijos.....	12
Inversión inicial.....	12
Ingresos	12
Proyecciones de ventas, primeros 10 meses.....	13

Resumén Ejecutivo

Entorno

Nuestra idea se desarrolla en Internet, donde personas están buscando bienes y servicios para suplir sus necesidades y problemas. Lo que buscamos es identificar que problemas existen para nichos de mercado específicos a los cuales se les pueda servir por medio de páginas web.

Oportunidad

Para cada nicho de mercado pueden existir problemas que no han sido servidos o que están descuidados por otras páginas web dentro de cada nicho que queramos servir. De acuerdo a nuestra investigación de distintos nichos, buscaremos oportunidades en mercados donde no hayan sido entregadas soluciones por medio de Internet (no hay contenido al respecto o es pobre o encontramos un micro nicho sin atender).

Estrategia de éxito

Nuestra estrategia de éxito es la siguiente:

1. Buscar nichos de mercado en Internet cuyas necesidades no hayan sido suplidas por medio de páginas web y donde el contenido que exista no sea muy bueno o se pueden hacer mejoras.
2. Crear una página web con el contenido clave para suplir estas necesidades.
3. Encontrar productos o servicios relacionados y dar una recomendación de compra (por medio de una comparación entre productos, análisis de sus beneficios, testimonios).

Potencial financiero

Nuestra meta con cada página web es generar un ingreso de \$800.000 mensuales, nuestro objetivo es crear una página web por mes que llegue a este potencial de ganancias en 4 meses. Para cada página se requiere una inversión inicial de \$220.000 y un costo de mantenimiento mensual de \$50.000.

Equipo de trabajo

Juan Camilo Buitrago Pérez – Ingeniero de Sistemas

Experiencia de 5 años en la creación, mantenimiento y posicionamiento en buscadores de páginas web. Experiencia vendiendo y aplicando conceptos de marketing para la creación de páginas web que venden.

Diego Alejandro Montejo – Ingeniero de Sistemas

Experiencia de 1 año en administración de procesos de negocios.

Haydeé Quijano Rosado – Negociadora Internacional

Experiencia de 2 años en venta de paquetes infantiles para escuelas y fiestas privadas. Experta en manejo de páginas web para la promoción de servicios en Internet.

Recursos o capital necesario

El capital de inicio es de \$10.000.000 que incluyen capacitaciones y compra de computadores, además capital de trabajo para los primeros 6 meses.

Descripción del Negocio

Nos enfocamos en la creación de páginas web que ofrezcan productos de terceros a cambio de una comisión por venta. En Internet esto se llama programas de afiliados, y es un programa que paga comisiones por enviar visitantes que compren las ofertas de empresas de Internet.

Nuestras páginas web por lo tanto tendrán información que resuelva los problemas del nicho de mercado que sirve la empresa que nos paga comisiones.

La idea es la ofrecer productos electrónicos (como software, descarga de ebooks, membrecías en línea, descarga de música) que debido a sus bajos costos de distribución ofrecen altos porcentajes de comisiones (del 10% hasta el 75%).

Nuestras páginas web pueden generar dos fuentes de ingreso:

1. Creamos un sitio web y lo volvemos rentable de tal forma que genere una renta mensual

o

2. Creamos un sitio web y una vez sea rentable, se vende por un ingreso inmediato.

El objetivo de nuestras páginas web es solucionar problemas que tenga un nicho de mercado y al cual se le puedan ofrecer productos relacionados a su problema.

Para esto usamos tres pasos:

1. Identificamos las necesidades de nuestros clientes al conocer que problemas son recurrentes dentro del nicho de mercado que queremos abordar.
2. Buscamos que ofertas de productos se les pueden dar a estos nichos (si no existen, descartamos el nicho de mercado).
3. Desarrollamos contenido relevante para el nicho de mercado que ayude a solucionar su problema o inquietud.
4. Recomendamos un producto o servicio que pueda solucionar el problema del cliente. Si el cliente compra, recibimos una comisión por haber realizado la recomendación de estos productos o servicios.

¿Qué tipo de clientes buscamos?

Estamos buscando dos tipos de clientes específicos:

1. ***Clientes potenciales del nicho de mercado que estén buscando una***

solución inmediata para su problema: Nos enfocamos en personas que tienen una urgencia y usan el Internet para encontrar su solución.

2. **Clientes potenciales del nicho de mercado que buscan información específica de un producto:** estas personas ya conocen el producto y están investigando si comprarlo o no.

Nuestro principal generador de valor es el contenido que creamos y puede ser:

- **Artículos:** contenido relevante a los problemas que se busca solucionar.
- **Videos:** vídeos con guías o ayuda para solucionar los problemas del nicho de mercado. O vídeos sobre el producto buscado.
- **Audio:** con instrucciones o entrenamiento para mejorar las habilidades en el tema de su nicho de mercado.
- **Imágenes:** dependiendo del nicho las imágenes podrían aportar a la experiencia de nuestros visitantes
- **Documentos:** que respondan las inquietudes de nuestros clientes.
- **Presentaciones de Powerpoint:** donde se presente soluciones a los problemas de nuestros usuarios.

Por último realizamos la recomendación de un producto o servicio que brinde una solución practica a nuestros visitantes.

Análisis DOFA

Debilidades	Oportunidades	Fortalezas	Amenazas
Este concepto de negocio no es original	Podemos aprovechar lo que han hecho otros para adaptarlo al negocio y mejorarlo	Tenemos entrenamiento sobre este tipo de modelo de negocio que nos permite tener una ventaja sobre otras empresas que entren al mercado	Otros podrían entrar a competir en los mismos términos que entramos nosotros
Existe la probabilidad que al entrar a un mercado no haya ganancias	Podemos empezar a reconocer que tipo de nichos de mercado funcionan y cuales no	Al identificar nichos de mercado que generan ganancias, podemos enfocarnos en estos y desechar los que no lo hacen	Podríamos tener varios fracasos antes de empezar a generar dinero
Es necesario conocer los nichos	Conocer un nicho de mercado	Al identificar las necesidades de	Podríamos perder credibilidad al

de mercado para brindarles contenido	permite tener una ventaja sobre la competencia	nuestros nichos podemos brindar mejor información y generar mayor interés	ofrecer información errónea
--------------------------------------	--	---	-----------------------------

Análisis del Entorno del Negocio

Sector de la empresa:
Internet – Comercio Electrónico

“En el 2009 el e-commerce en los Estados Unidos logró salir de la recesión que afectó el resto de las ventas al por menor, creciendo a un 11% en el 2009 para alcanzar \$155.2 billones en ventas, de acuerdo al Forrester Research. Al mismo tiempo realizan una predicción de crecimiento del 11% para este año.”

Figure 1 Forecast: US Online Retail Sales, 2009 To 2014

1-1 US online retail sales will reach \$248.7 billion by 2014



Fuentes:

<http://blogs.wsj.com/digits/2010/03/08/e-commerce-growth-slows-but-still-out-paces-retail/>
<http://techcrunch.com/2010/03/08/forrester-forecast-online-retail-sales-will-grow-to-250-billion-by-2014/>

Análisis Competitivo

Para cada página web debemos determinar quienes ya están promocionando los productos que queremos promover y además que tipo de contenido están brindando.

Como la competencia cambia de acuerdo a la página web a crear, entonces describo cual es el proceso para determinar cómo identificar a la competencia:

1. Buscamos otras páginas que ofrezcan los productos que queremos promocionar.
2. Analizamos su contenido y que soluciones están brindando a los nichos de mercado que queremos atacar.
3. Analizamos cual es la motivación de la página, si es económica (sólo ofrecen servicios y es netamente comercial), si es una página de fans (el fin económico no es tan importante) o si es de ambas.
4. Analizamos posibles alianzas de promoción (ej: envío de email a su lista de contactos o venta de sus productos, si los tienen)
5. Si la competencia es muy fuerte y tomará mucho esfuerzo entrar a competir, buscar otro nicho de mercado.

La competencia nos sirve en varias formas:

1. No permite observar que productos o servicios son exitosos y ya se están ofreciendo en el nicho que queremos entrar a servir.
2. Nos permite ver que problemas o preguntas se hacen los integrantes de un nicho de mercado en el que queremos competir.
3. Nos permite decidir si vale la pena empezar una página web o no.
4. Nos permite conocer que se está haciendo bien, para emularlo en nuestra página.
5. Nos permite establecer alianzas y darnos a conocer.

Plan de Mercadeo

Identificamos un proceso de creación y promoción de una página web a lo largo de un mes:

Fase 1 (semana 1): Investigación de mercado de la página web

- Identificamos el nicho de mercado que queremos servir.
- Identificamos las preguntas más frecuentes que se hace este nicho de mercado (10 a 20 preguntas o problemas frecuentes de este nicho)
- Buscamos que productos vamos a ofrecer que resuelvan los problemas planteados.
- Relacionamos las preguntas frecuentes a los productos que escogimos para ofrecer.
- Verificamos que las preguntas frecuentes sean lo suficientemente populares para que valga la pena crear contenido alrededor de estas.
- Hacemos una lista de ideas con el contenido que ofrecemos en la página (10 a 20 títulos de artículos a crear)

Fase 2 (semana 2): Creación de la página web

- Se hace una investigación sobre los temas a crear basados en la lista de la fase 1
- Creamos de 10 a 20 artículos que alimenten la página
- Creación del diseño y distribución de la página
- Agregamos un sistema de estadísticas que guarde información sobre los visitantes de nuestra página (de donde provienen, que páginas buscan, que temas son más populares, que anuncios visitan)
- Creamos los anuncios y ofertas relacionadas al contenido de la página

Fase 3 (semana 3): Promoción de la página web

- Participación en foros y comunidades relacionadas a la página
- Creación de artículos para la promoción en sitios externos
- Creación de enlaces en otras páginas para aumentar la popularidad de nuestra página
- Subir nuestra página a directorios de sitios en la web (directorios de nichos)
- Promocionar usando vídeos en páginas como YouTube o Vimeo
- Usar Facebook y Twitter para empezar a promocionar nuestro contenido

Fase 4 (semana 4): Verificar el progreso

- Analizar las estadísticas obtenidas
- Realizar arreglos que sean necesarios en la promoción de la página (promocionar más, cambiar los anuncios, crear nuevo contenido)
- Identificar necesidades no encontradas anteriormente y crear contenido sobre estas
- Identificar nuestra principal fuente de visitas y de ventas y enfocarse en éstas para aumentar las ventas

Este es el proceso básico de mercadeo de una página web, esto determinará si nuestra entrada al nicho es exitosa o no o si requiere más esfuerzo adicional.

Plan de operaciones

Costo por creación de una página

Registro de dominio: \$20.000 por año
Hosting: \$20.000 por mes para todas las páginas
Creación de contenido: \$100.000 por página
Promoción básica: \$100.000 por página

La creación de contenido y promoción es hecha por terceros.

Se tiene planeado gastar \$50.000 mensual para el mantenimiento de cada página. Esto se invertirá para crear contenido o para aumentar la promoción de la página.

Costos fijos

Empezamos a incurrir en estos costos a partir del 7mo mes.

Arrendamiento oficina: \$500.000 para el pago de una oficina
Servicios públicos: \$250.000 para el pago de Internet y servicios públicos

A partir del 7mo mes se empezará a pagar un salario para los propietarios de \$400.000:

Salario propietario (x3): \$1.200.000

Inversión inicial

Para operar necesitamos dos computadores con conexión a Internet

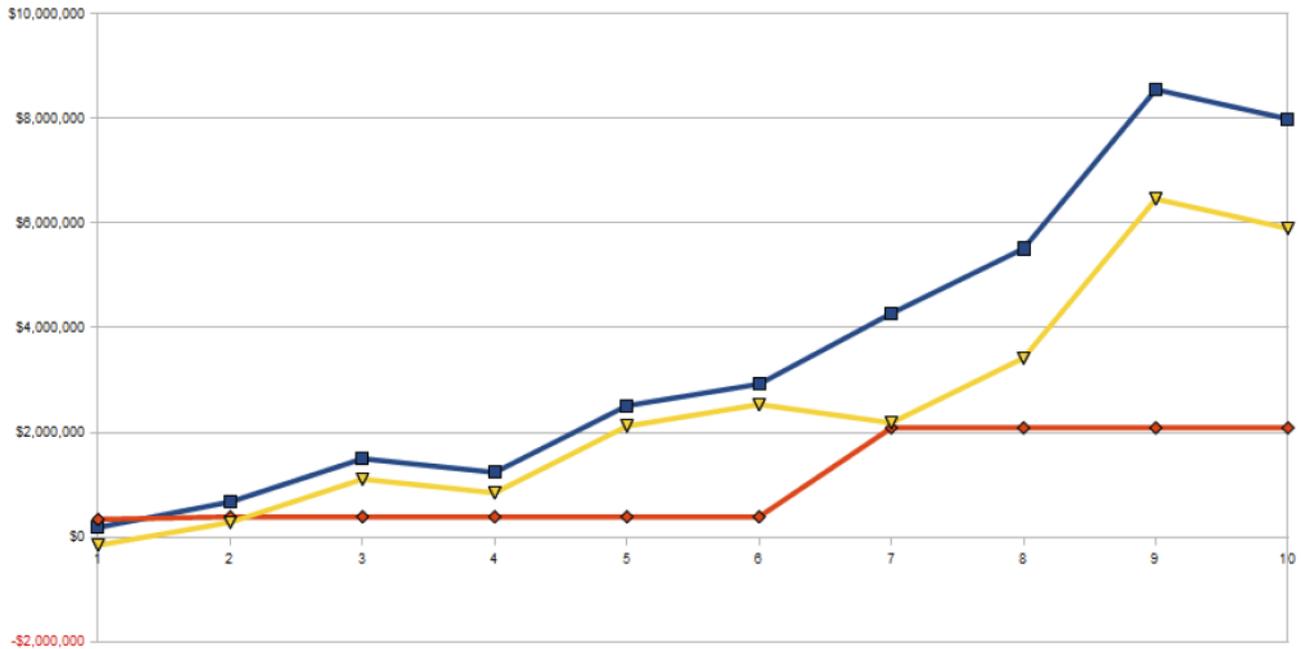
Precio computadores: \$3.000.000

Ingresos

El punto de equilibrio se logra cuando se tienen 9 ventas fijas mensuales a un precio de \$37.500, o sea cuando los ingresos mensuales llegan a \$337.500

En el 7mo mes se agregan unos costos adicionales y el punto de equilibrio cambia a 66.4 unidades, o sea un total de ingresos de \$2.490.000.

Proyecciones de ventas, primeros 10 meses.



Azul: Ventas
 Rojo: Costos
 Amarillo: Utilidad antes de impuestos

Cada venta genera \$37.500 de ingreso (precio promedio por venta de producto)

	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero
# Ventas	2	3	5	18	40	33	67	78	114	147	228	213
Total	\$75,000	\$112,500	\$187,500	\$675,000	\$1,500,000	\$1,237,500	\$2,512,500	\$2,925,000	\$4,275,000	\$5,512,500	\$8,550,000	\$7,987,500
Costos	\$200,000	\$200,000	\$340,000	\$390,000	\$390,000	\$390,000	\$390,000	\$390,000	\$2,090,000	\$2,090,000	\$2,090,000	\$2,090,000
Utilidad	-\$125,000	-\$87,500	-\$152,500	\$285,000	\$1,110,000	\$847,500	\$2,122,500	\$2,535,000	\$2,185,000	\$3,422,500	\$6,460,000	\$5,897,500

Para el plan financiero completo ver archivo de Excel adjunto.