

PROGRAMA DE MERCADEO



**UNIVERSIDAD
DE LOS LLANOS**

Compromiso con la paz y el desarrollo regional



PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING PARA LA EMPRESA CINE MULTIPLEX VILLACENTRO, UBICADA EN EL CENTRO COMERCIAL VILLACENTRO PH DE LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO

DIDIER FERNANDO PEÑALOZA CEDANO



OBJETIVOS

General

Desarrollar un plan estratégico de Marketing para Cine Multiplex Villacentro buscando mantenerse posicionado en el mercado y ofreciendo valor a la marca para clientes en la ciudad de Villavicencio.

Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de la empresa.
- Aplicar matrices que permitan obtener diferentes estrategias.
- Identificar estrategias y actividades para aplicarlas en la empresa.



Las siguientes herramientas fueron las que se utilizaron en el desarrollo del plan de marketing.

MATRIZ MEFE, MATRIZ MEFI, DOFA, OBJETIVOS DE MARKETING, MATRIZ PEYEA, MATRIZ BCG, MATRIZ ANSOFF Y MATRIZ PERFIL COMPETITIVO.

Ilustración: Logo de Cine Multiplex Villacentro.

CINE MÚLTIPLEX
VILLACENTRO. ¡Somos parte de tu alegría!

Fuente: Cine Multiplex Villacento



DOFA

Algunas estrategias que se obtuvieron de la matriz DOFA fueron:

- F1 + F5 + A3 Desarrollar estrategias de promoción de valor agregado y servicio de calidad para posicionar la marca en la ciudad de Villavicencio.
- F2+O3 Crear estrategias de lealtad hacia la marca Llanera (Cine multiplex Villacentro).

OBJETIVOS DE MARKETING

GENERAL

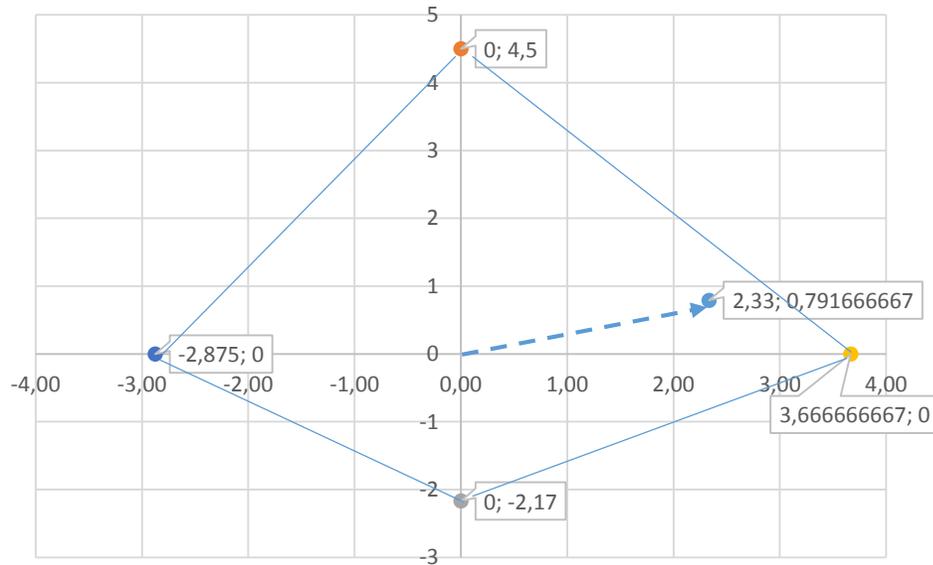
Generar posicionamiento y valor de marca de Cine Multiplex Villacentro en la ciudad de Villavicencio a través de estrategias publicitarias logrando aumentar su participación en el mercado.

ESPECIFICOS.

- Participar activamente en actividades de BTL en diferentes entidades públicas y privadas, como en el Centro Comercial Villacentro.
- Implementar a través de los diferentes medios publicitarios actividades que lleven a la fidelización del cliente.
- Ofrecer valor agregado al cliente en el momento de la compra.
- Crear un nuevo servicio de experiencia para el cliente que genere innovación.
- Aumentar la interactividad con los ciber navegantes, logrando un posicionamiento por medios tecnológicos.

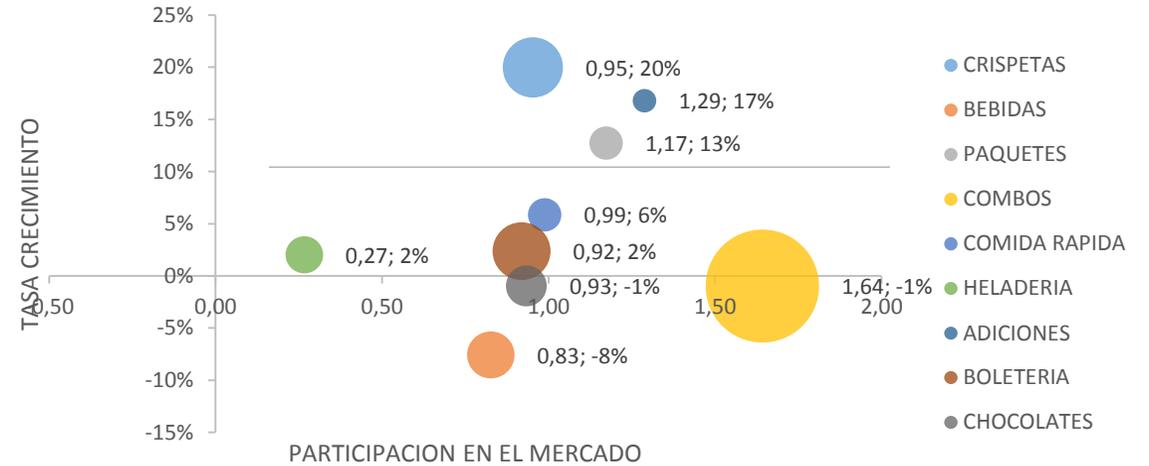


MATRIZ PEYEA CINE MULTIPLEX VILLACENTRO



Cine Multiplex Villacentro se encuentra en el cuadrante agresivo lo que nos indica que tiene gran ventaja en implementar estrategias para entrar a nuevos mercados, desarrollar nuevos productos o servicios, penetración y segmentar el mercado objetivamente para enfocar todos estos esfuerzos estratégicos en estos clientes, generando resultados positivos sin descuidar la competencia.

BCG LINEA DE PRODUCTOS CINE MULTIPLEX VILLACENTRO



Las líneas de productos estrella (Crispetas, paquetes, Adiciones) y las líneas de productos vaca (Combos, comida rápida) son representativas para esta empresa.

En la matriz BCG se refleja una estrategia para potencializar sus productos estrellas y para ayudar a mejorar a los demás productos que están en el cuadrante Vaca y tratar de ubicarlos seguidamente al cuadrante estrella.



ESTRATEGIA PARA LOS PRODUCTOS INTERROGANTE

Realizar y crear combos nuevos para clientes de confitería general donde se incluyan los PAQUETES como papas, doritos, maní y entre otros, aumentando la rotación y rentabilidad que este producto refleja para la empresa, por medio de un plan promocional (redes sociales y video Wall) logrando incentivar el consumo de estos productos a clientes y consumidores del cinema.

Este tipo de estrategias le ha resultado muy bien a Cine Multiplex, contando con la experiencia y trayectoria en esta categoría de productos, por lo que le seria muy bien aplicar la estrategia logrando aumentar la rentabilidad en esta línea (Paquetes).



Para la realización de la gran estrategia se tuvieron en cuenta el nivel estratégico, táctico y operativo. Se elaborara en 4 niveles estratégicos.

ESTRATEGIA
PENETRACION DE
MERCADO

- **OBJETIVO:** Obtener el reconocimiento en el mercado como una de las empresas de la industria del cine que maneje procesos y procedimientos de calidad altamente capacitados.
- Generar estrategia de diferenciación de servicio con personal de calidad y altamente capacitado.

ESTRATEGIA
DESARROLLO DE
PRODUCTO

- **OBJETIVO:** Implementar servicios agregados diferenciadores en el mercado de Villavicencio
- Desarrollar estrategias de promoción de valor agregado y servicio de calidad para posicionar la marca en la ciudad de Villavicencio.

ESTRATEGIA
DESARROLLO DE
MERCADO

- **OBJETIVO:** Aumentar los clientes potenciales para que sean clientes fijos y la liquidez en temporadas bajas, haciendo que haya mayor reconocimiento y posicionamiento de cine multiplex en el mercado.
- Gestionar planes promocionales temporales de acuerdo con el comportamiento económico actual.

ESTRATEGIA DE
DIVERSIFICACIÓN

- **OBJETIVO:** Implementación de una estrategia de diversificación dirigida a clientes potenciales diferentes al segmento objetivo con una nueva marca y punto de venta en la ciudad.
- Crear marca, producto y servicios en diferenciación y posicionamiento con tecnología de punta en un segundo establecimiento.



RECOMENDACIONES

Durante la realización de las matrices, se pudo identificar como se encuentra Cine Multiplex Villacentro actualmente, y así mismo que estrategias debe implementar para mantener y mejorar en el mercado a través de su posicionamiento, generando finalmente aumento de sus ventas.

1. Para Cine Multiplex Villacentro es importante que logre aplicar y tener en cuenta este Plan Estratégico de Marketing durante la programación y ejecución de sus estrategias, con el fin de obtener mayor reconocimiento y aumento de clientes tanto propios, como visitantes de la Capital Llanera, pues bien, se sabe, Villavicencio está expandiéndose económica y poblacionalmente, mejorando el desarrollo comercial.
2. Se recomienda al Cinema ser estratégico en cada una de sus actividades ya que tiene muchas ventajas frente a la competencia por ser un cine tradicional y pionero en la ciudad, donde muchos clientes lo prefieren por su servicio y productos.
3. Es importante resaltar la estrategia de Diversificación de la matriz Ansoff, la cual puede llegar a realizarse en el segundo municipio más grande del Departamento Acacias, puesto que de acuerdo al diagnóstico es factible que se haga, logrando satisfacer esta población y aumentando el crecimiento de sus clientes en el mercado.





**UNIVERSIDAD
DE LOS LLANOS**

Compromiso con la Paz y el desarrollo regional

