**Objetivo:**

Realizar un diagnóstico de la situación actual de Selah, conocer el modelo de negocio, segmento al que se dirige, propuesta de valor; con el propósito de desarrollar un Plan de mercadeo que le apoye y refuerce el área, además de potenciar sus ventas.

**Datos del entrevistado**

Nombre del entrevistado/a:

Cargo que desempeña:

Nombre de negocio:

Preguntas para conocer situación actual:

**GENERALIDADES**

**¿Cómo surgió la idea del negocio?**

**¿Cuánto tiempo tiene Selah en el mercado?**

**¿Actualmente posee misión, visión, valores y objetivos?**

**¿Cuál es el número de capital humano con el que cuenta su organización?**

**¿Podría describirnos su estructura organizacional? (Si cuentan con colaboradores)**

**¿Podría definirnos el perfil de sus clientes?**

**¿Actualmente el negocio sigue operando a partir de la situación del COVID?**

**¿Qué actividades está llevando a cabo luego que se presentara esta situación?**

**¿Se han identificado las temporadas con mayor y menor demanda?**

**¿Conocemos el gasto promedio del cliente por venta?**

**¿Cuál considera que es su competencia directa?**

**¿Podría mencionar algunos de sus competidores directos?**

**¿Podría comentarnos por qué el nombre Selah? ¿Tiene algún significado?**

**PRODUCTO/SERVICIO**

**¿Qué servicios ofrece?**

**¿Cuál es el servicio que tiene más demanda? ¿Cuál es su producto/servicio estrella?**

**Si le pidiéramos que describiera Selah con una palabra ¿Cuál sería?**

**¿Cuáles considera que son los atributos de sus productos y servicios?**

**¿Cuál considera que es la personalidad de Selah? (Como si se tratase de una persona)**

**¿Cuál es su target? (mercado meta, publico objetivo, a quién va dirigida la marca**)

**¿Cómo definiría usted a su buyer persona? Si Selah fuera una persona, cómo la describirías**.

**¿Cuál es su propuesta de valor? ¿Cuál considera que es su factor o factores claves de éxito?**

**PRECIO**

**¿Cuáles son las formas de pago que posee?**

**¿Cómo considera sus precios actuales, respecto a la competencia?**

**PLAZA**

**¿Cuáles son los puntos de venta?**

**¿Cuáles son los canales de venta? (Físico, online) (Explicar)**

**PROMOCIÓN**

**Además del logo, ¿Cuenta con otro auxiliar de marca? (slogan, mascota, jingle)**

**¿Cuentan con un community manager?**

**¿Cuenta con programas de lealtad? ¿En qué consisten?**

**¿Tiene alianzas estratégicas?**

**¿Realiza promociones de venta?**

**Actualmente ¿Cuenta con alguna promoción permanente?**

**¿Cuáles son los medios tradicionales en los que se promociona?**

**¿Posee una base de datos? (en caso de contar con una) ¿de qué forma la manejan?**

**¿Se lleva alguna actividad a cabo con el fin de conseguir nuevos clientes?**

**¿Toda la publicidad usada en redes sociales es de manera orgánica o cuenta con un paquete de Facebook o Instagram Ads?**

**Datos de Control**

Fecha:

Persona que realiza la entrevista:

Agradecimiento final y preguntas sobre siguiente entrevista (FODA) para programar.

**Entrevista #2 (Programarla para segunda entrega)**

**FODA**

**Fortalezas**

1. ¿Qué aspectos considera que su empresa hace muy bien?
2. ¿La empresa posee una ventaja competitiva que la diferencia de las demás? ¿Cuál es? o ¿Por qué considera eso?
3. ¿La empresa es fuerte en el mercado o en el segmento al que apunta? ¿Por qué?
4. ¿Qué valoración tiene el uso de las redes sociales para su negocio?
5. ¿La empresa es innovadora? ¿De qué forma y en qué áreas?
6. ¿Poseen alguna ventaja respecto a:
   * Canales de distribución ☐ ¿Por qué?
   * Posicionamiento de marca ☐ ¿Por qué?
   * Recursos: ☐ ¿Por qué?
   * Localización: ☐ ¿Por qué?
   * Cultura: ☐ ¿Por qué?
   * Precio: ☐ ¿Por qué?
   * Costo: ☐ ¿Por qué?
   * Calidad: ☐ ¿Por qué?
   * Valores: ☐ ¿Por qué?
   * Otro: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Debilidades**

1. ¿En qué aspectos consideras que la empresa podría mejorar?
2. ¿Considera que se conoce bien el mercado meta de su producto o marca?
3. ¿Poseen una base de datos alta o baja para su Producto/Servicio/Marca?
4. ¿La marca líder ha perdido participación en el mercado? Percepción
5. ¿La empresa es capaz de reconocer errores y corregirlos?
6. ¿Cómo considera que es percibida la imagen de la marca? (Para el público en general, clientes y proveedores)
7. ¿Considera que su empresa es susceptible al cambio? ¿Por qué?
8. ¿Con qué recursos tecnológicos cuentan?
9. ¿Los costos de la empresa les permiten ser competitivos?

**Oportunidades**

1. ¿El mercado en el que opera tu empresa está en crecimiento? Percepción
2. ¿A qué tipo de clientes van enfocados los servicios que venden?
3. ¿Los servicios satisfacen tendencias de consumo o podrían adaptarse para hacerlo?
4. ¿Existen nuevas tecnologías o cambios en el marco regulatorio que tu empresa pueda aprovechar?
5. ¿Existe algún elemento de la competencia o del mercado que se pueda aprovechar para beneficio y que actualmente no se ha abordado?
6. ¿Han sido los primeros en adaptarse a cambios tecnológicos que los hagan más competitivos? Percepción
7. ¿Saben reaccionar y crear nuevos productos o servicios que el mercado necesita?
8. ¿Podría existir la posibilidad de aliarse con otra empresa, la cual permita realizar nuevas estrategias competitivas? ¿Cuál empresa sería?
9. ¿Han considerado la expansión a otras regiones del país?

**Amenazas**

1. ¿Qué obstáculos legales, impositivos o normativos enfrenta tu negocio?
2. ¿Existen nuevas tecnologías o modas de consumo que amenacen el futuro de los productos y/o servicios que ofrece la empresa?
3. ¿Qué elementos del entorno económico, político y social pueden afectar a la empresa?
4. ¿Quiénes considera que son su competencia? ¿Son más fuerte que su empresa?
5. ¿Están entrando nuevos competidores en el sector?
6. ¿Qué barreras de entrada existen en el sector?
7. ¿Han cambiado los gustos o las necesidades de los clientes que atienden?
8. ¿Qué otros obstáculos pudieran amenazar o actualmente amenazan a la empresa?

**Datos de Control**

Fecha:

Persona que realiza la entrevista: