

Brief

1. Nombre de la organización

Studio MJ

2. Servicio

Manicure, pedicure y cuidado profesional de uñas.

3. Clientes

Mujeres de 18 a 45 años.

4. Público Objetivo (Target)

Mujeres que valoran la calidad por encima de la cantidad, buscando un servicio personalizado, profesional y de confianza.

5. Ubicación de clientes

Diferentes Zonas de la ciudad de Villahermosa (Santa Elena, Buenavista, brisas del carrizal, Ixtacomitán, Parrilla, Tamulté, Delicias, Pomoca)

6. Propósito de la organización

Conectar con las clientas y realzar su belleza a través del cuidado y embellecimiento de sus manos y pies.

7. Visión general del proyecto

Proponer estrategias que fortalezcan la satisfacción, fidelización y valor de marca. La iniciativa contempla la creación de un prototipo del servicio y retroalimentación para garantizar efectividad a largo plazo

8. Objetivo del proyecto

Diseñar y poner a prueba un servicio que eleve la calidad percibida y la experiencia del cliente en una organización local.

9. Ventaja competitiva

Atención personalizada, servicio profesional y un enfoque en la excelencia.

10. Percepción esperada del mercado

Que Studio MJ sea reconocido por su trato cercano y alta calidad de su servicio, reflejando el esfuerzo y dedicación detrás de cada atención brindada.

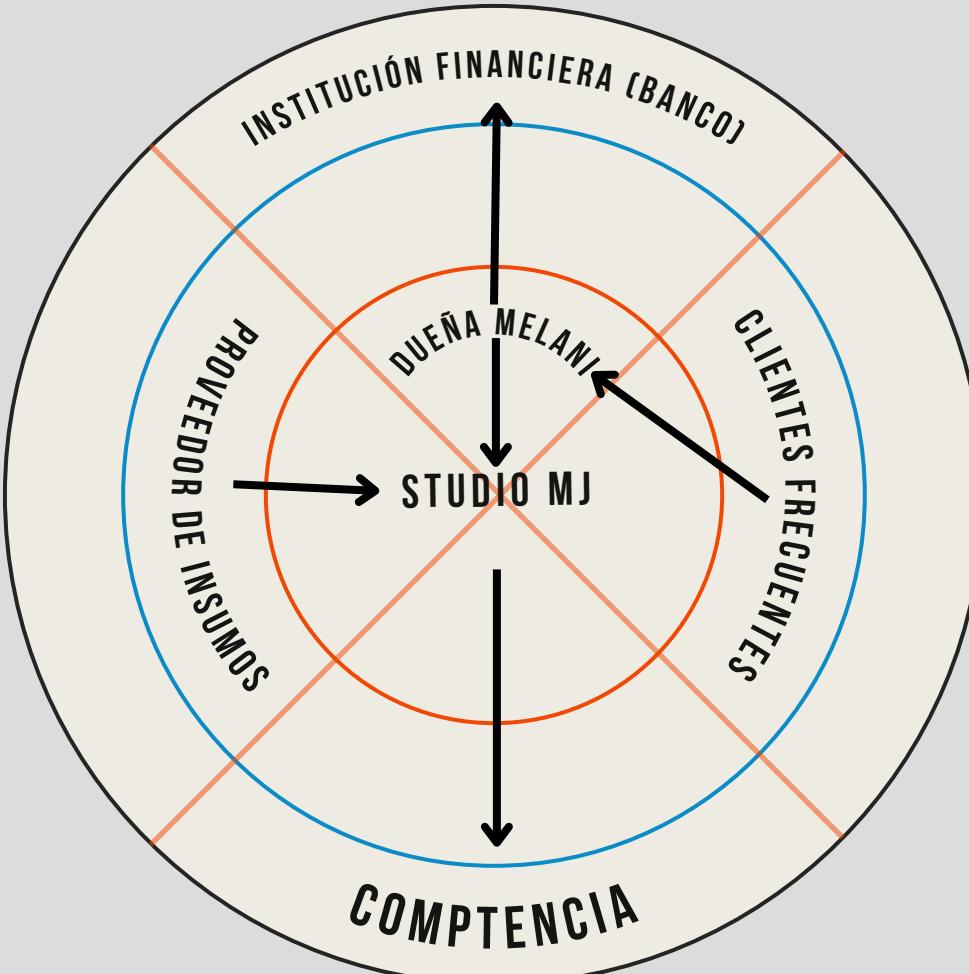
11. Personalidad del Servicio

Perseverancia, pasión y determinación.

MAPA DE ACTORES

OBSERVACIONES

Los clientes están directamente vinculados con la dueña y la calidad del servicio, así como los proveedores, depende de las compras regulares del salón y pueden influir con promociones o capacitaciones, las instituciones financieras se encargan de resguardar y registrar su actividad económica, y en base a la competencia se determinan, precios, productos a y servicios.



- Actores secundarios
- Actores primarios
- Actores internos

MARCO DE TRABAJO / RETO

¿Cómo podemos diseñar y poner a prueba un servicio que eleve la calidad recibida y la experiencia del cliente en Studio MJ?