

PLANTILLA

**PLAN DE
VIABILIDAD**

En **Sugerendo** somos expertos en la realización de estudios de viabilidad, planes estratégicos para proyectos de Internet y marketing digital.

Si necesitas ayuda para realizar tu plan de viabilidad para un proyecto de eCommerce, nosotros podemos ayudarte mediante el análisis detallado de tu negocio y mercado, así como en las proyecciones financieras asociadas.

Nos centramos principalmente en la adquisición de tráfico relevante y conseguir que tus visitantes se conviertan en clientes fidelizados. A través de acciones SEO, SEM, SMM, Afiliación, Email marketing, etc. lograremos adquirir y mantener clientes, fundamental para todo negocio próspero y con futuro.

Puedes contactar con nosotros en:

C/ Núñez de Balboa, nº 120 - Madrid

91 008 99 53

info@sugerendo.com

www.sugerendo.com

ÍNDICE

1.- Resumen ejecutivo	4
2.- Descripción de productos y servicios	5
3.- Consideraciones tecnológicas	6
4.- Características del mercado	7
5.- Estrategia de marketing	8
6.- Organización y recursos humanos	9
7.- Calendario	10
8.- Proyecciones financieras	11
9- Resultados y recomendaciones	12

1.- RESUMEN EJECUTIVO

El resumen ejecutivo proporciona una panorámica del contenido del documento del plan de viabilidad. Destacar los puntos clave del estudio y hacerlo interesante de cara a los futuros lectores: inversores, entidades bancarias o altos mandos empresariales.

Sugerendo 

2.- DESCRIPCION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

- Realizar una detallada descripción de los productos y/o servicios que se pretenden comercializar, así como también en el modelo de negocio.
- Destacar cuáles son las ventajas de dichos productos, cómo puede este proyecto ayudar a los consumidores y a la propia empresa, cuál es su propuesta de valor, etc.

Sugerendo



3.- CONSIDERACIONES TECNOLÓGICAS

Las principales áreas que se han de analizar serían las siguientes:

- Tipología y arquitectura de servidores para alojar la página web y resto de aplicaciones de la empresa
- Lenguaje de programación que se usará
- Tipología y funcionalidades de la solución de comercio electrónico a implantar
- Arquitectura de la información e interacciones
- Tipología de sistemas asociados al eCommerce: Gestión de producto y almacén, finanzas y contabilidad, email marketing, métodos de pago, mercados virtuales, gestión de clientes...
- Integraciones entre todos los sistemas nombrados en el punto anterior
- Determinar si la implantación de dicha tecnología se hará a través de un equipo interno o si se subcontratará a una tercera empresa
- Plan preliminar de implantación

4.- CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

- Cómo es el mercado existente para los productos o servicios que la empresa está considerando comercializar a través de Internet
- Cuáles son los segmentos de clientes (si es que hay varios)
- Quiénes son los principales competidores y cuál es el secreto de su éxito
- Cómo se distribuirán las mercancías
- Realizar un análisis del modelo de negocio usando un BMC

5.- ESTRATEGIA DE MARKETING

- Cómo tiene pensado diferenciarse de los competidores
- Qué tipos de estrategias utilizará y qué tácticas incluye cada estrategia
- Segmentar lo máximo posible el cliente o clientes objetivo
- Estimar métricas como el CAC (Coste de adquisición del cliente) y CVC (Ciclo de vida del cliente) de cara a determinar si las campañas están saliendo rentables.

Sugerendo

6.- ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

- Describir cómo éste proyecto afectará a la organización a nivel operativo
- Anticipar las necesidades de personal antes, durante y posterior a la realización del proyecto
- Determinar la forma de contratación del personal (recursos propios vs recursos ajenos)
- Detallar los costes del personal

Sugerendo

7.- CALENDARIO

- Describir las fases del proyecto
- Identificar principales eventos dentro del proyecto y de cada fase
- Detallar en la medida de lo posible las tareas requeridas y la secuencia e interdependencia entre ellas
- Realizar un diagrama de Gantt
- Marcar los hitos del proyecto para validar la consecución de los mismos

Sugerendo



8.- PROYECCIONES FINANCIERAS

- Detallar las proyecciones financieras en términos de ingresos y costes a 3 o 5 años
- Estimar el nivel de riesgo financiero sobre el fondo de maniobra de la empresa

Métrica	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total 5 años
Total Ventas por el canal online						
Costes de personal						
Costes de producto						
Costes por comisiones: logística, método pago,						
Costes implementación plataforma tecnológica						
Costes mantenimiento evolutivo plataforma web						
Costes de Material, suministros y seguros						
Costes de marketing online						
Flujo de caja						

9.- RECOMENDACIONES

- Recoger las principales conclusiones extraídas durante la realización del plan y explicar por qué ciertas acciones son convenientes o no.
- Incluir los pros y los contras (oportunidades y amenazas) que se extraen como consecuencia del análisis del documento.
- Si el proyecto es viable, detallar cómo se ha de poner en marcha.
- Incluir un análisis de los riesgos del proyecto y posibles alternativas ante riesgos de elevado impacto.