



Ximena Regalado León

Lic. Víctor González Salas

Marketing

Taller emprendedor

9no cuatrimestre

MVZ

Objetivos del marketing a corto, mediano y largo plazo

Corto plazo

Poder competir con los mercados localizados en locaciones cercanas a las de nuestra empresa, generar confianza y obtener un buen número de ventas para un periodo corto de tiempo. Por ejemplo, de 50 a 100 aves al día

Mediano plazo

Llegar a distribuir nuestro producto en más lugares, por ejemplo en comercios cercanos y a más clientes en mayoreo y alcanzar a vender de 100 a 200 aves por día.

Largo plazo

Establecernos como negocio permanente, distribuir nuestro producto hacia otros lugares más lejanos y poder alcanzar ventas de más de 500 aves al día.

Consumo aparente

Nuestra empresa cuenta con un número aproximado a 200 clientes, la venta puede resultar muy buena, ya que, el pollo es consumido por el 90 % de la población a nivel mundial, por lo que abarcamos un gran mercado.

Número de clientes potenciales

Mantener un número de clientes potenciales aproximado a 100 clientes, que consuman, compren o distribuyan nuestro producto y/o servicio consecutivamente, siempre y cuando esos clientes estén aportando un mayor beneficio hacia nuestra empresa.

Consumo unitario aparente (por cliente)

El número de clientes que se beneficiarían de nuestro servicio de manera individual serían los siguientes:

2700 personas consumidoras, que compren nuestro producto una vez por semana.

4100 personas lo consumirán 2 veces por semana.

2500 personas lo consumirán una vez al mes.

1200 personas lo consumirán ocasionalmente.

Demanda potencial a corto, mediano y largo plazo

Corto plazo

Para que la empresa sea rentable, esta debe cubrir un aproximado de 50% de la demanda de mercado potencial, teniendo una producción mensual de 5,000 aves en mantenimiento.

Mediano plazo

Cubrir el 80 % de la demanda de mercado, es decir se espera vender un aproximado de 10,000 aves y comenzar a distribuirlo en los mercados más grandes del país. Contando así con más de 50 empresas localizadas en otros lugares del país.

Largo plazo

Se espera que en 5 a 10 años seamos una de las empresas más grandes, contando con un aproximado de 50,000 aves y distribución a nivel nacional.

Participación de la competencia en el mercado

Esta gráfica nos enseña que tan bien nos estamos posicionando en el mercado con relación a nuestros competidores. Nos permite evaluar si nuestro producto va creciendo o declinando.



Distribución y puntos de ventas

Distribución

El producto de nuestra empresa se cría en una granja, se brinda mantenimiento hasta llegar al punto donde obtiene su peso ideal y esté listo para el consumidor, es decir, se puede empezar a vender. Cuando son clientes temporales o lejanos se les ofrece buena calidad y servicios, cuando son clientes cercanos y consecutivos se les ofrece los mismo, pero con un mejor precio de acuerdo a sus compras mayoritarias, también se les ofrece el servicio de entrega a domicilio.

Punto de venta

Contamos con ticket de compra, factura de ventas, servicio a domicilio, llevamos un inventario donde llevamos el control de las aves que entran y salen de acuerdo a la ocasión.

Promoción del producto o servicios

Contamos con buenas reseñas de nuestro producto, ya que se trata de animales pues lo que se ofrece es buen precio y calidad de carne respectivamente.

Publicidad

Contamos con página de Facebook donde interactuamos con los clientes y los prospectos, también con anuncios en la radio, y en los periódicos, además de que nuestra empresa cuenta con carne de primera calidad a nivel mundial, manejamos precios accesibles o paquetes de acuerdo a las necesidades de cada persona. Aparte de distribución de volantes.

Promoción de ventas

Nuestras promociones serían:

En la compra de 20 o más aves le ofrecemos una más sin ningún costo.

En la compra de 50 aves ofrecemos servicio a domicilio gratuito.

En la compra de 100 aves le ofrecemos el 15% de descuento.