



Nombre del alumno: Gonzalez Garcia José Antonio.

Nombre del profesor(a): Ing. Abel Estrada Dichi

Nombre del trabajo: Ventaja competitiva y Mercado potencial.

Materia: Taller del emprendedor.

Grado: 9º cuatrimestre.

Grupo: Arquitectura

Ocosingo, Chiapas a 15 de junio de 2019

VENTAJA COMPETITIVA

Calidad del producto: la calidad dependerá en la oferta/demanda del cliente, como hacerlo? Las redes sociales son una herramienta muy poderosa para los empresarios, por ello, no es necesario salir y encuestar personas, este dato se puede obtener por ese medio, mediante comentarios podemos elaborar una gráfica, de los productos en las que ocupa las personas y la marca, de modo que no somos sabedores de cualquier tipo de producto, por ello se implementa este tipo de estrategia.

Servicio 24/365: serían una de las cualidades de la empresa, y que también serían productos con mayor ganancia, porque el cliente está sabedor y la necesidad del producto, así como medicinas u otro producto en particular.

Crear un número telefónico para llamadas y mensajes, para que el cliente tenga acceso a ello, teniendo un contestador programado para estas cuestiones y que las notificaciones nos lleguen a nosotros como empresa

Rapidez en el servicio: Si hay algo que marca la diferencia entre las empresas, que tienen clientes fieles, y aquellas que luchan por retener a sus clientes, es la velocidad en su servicio al cliente. Por ello, se buscará empresas que nos proveerán productos para nuestra empresa, cumpliendo así mismo con esta demanda, por ello, nosotros nos comprometemos con ellos así mismo con los clientes en las cuales queremos la buena opinión pública.

Todo dependerá de la distancia en la que ubica la empresa productora, y así mismo se calcula los días.

Tiempo de entrega: el tiempo de entrega de los productos serán a cada 15 días

Envase y embalaje: como se dijo anteriormente, como empresa no nos hacemos cargo de las cuestiones de envío, puesto que es obligación de la empresa

productora, que las cuestiones de paquetería sean comprometedoras, para que el producto se reciba en buenas condiciones.

Atención al cliente: esto es uno de los puntos importantes, ya que, es la calidad de servicio al que vas a ofrecer a dicho cliente, de modo que esta requieren de atención rápida y eficaz, por ello, dicho anteriormente, en las redes sociales, son una herramienta, para ello ofreceremos autoservicio, para la rápida atención del cliente, también, proporcionar opciones como preguntas frecuentes, foros y vídeos tutoriales es una excelente manera de dar respuestas rápidas a las preguntas más frecuentes del cliente.

manejo de devoluciones: solo por motivo que venga defectuoso las cuestiones de devoluciones se manejarán directamente con cliente, empresa y el proveedor, el cliente nos hace saber si el producto no era de su convenio o que este dañada y poderla reenviar el producto, y nosotros como empresa le haremos saber al proveedor y que esta reembolse el costo del producto y del envío.

amigable con el medio ambiente: en estas cuestiones, no nos comprometemos, de modo que se manejan diferentes productos, puesto que estas mismas serán de empaques que no sean biodegradables o de otro material.

Precio: el precio se hará conforme a la cantidad de productos en comprar podría a ver en descuento para el cliente dependiendo lo que adquiera, de modo que, si el cliente hace más compras, podemos ajustar los precios y así mismo poder generar un poco y al mismo tiempo satisfacer al cliente, el cual, también la empresa proveedora esté dispuesta a hacernos descuentos por la cantidad de productos vendidos.

MERCADO POTENCIAL.

zonas geográficas viables para la comercialización: en nuestro municipio de Ocosingo (cabecera municipal) Altamirano, Chilón, bajaron, entre otros.

Cantidades potenciales a vender. Los productos de supermercado de penderá principalmente a las personas que adquieran su producto y que ellos vean que son de calidad y productos de cuidado personal.

Público dirigido: para el público en general podrán adquirir estos productos

personas que compran productos similares en la competencia: las personas de mayor edad.