

Nombre de la alumna: Suyi Dicla Pérez González

Nombre del profesor: Lic. Icel Bernardo Lepe Arriaga

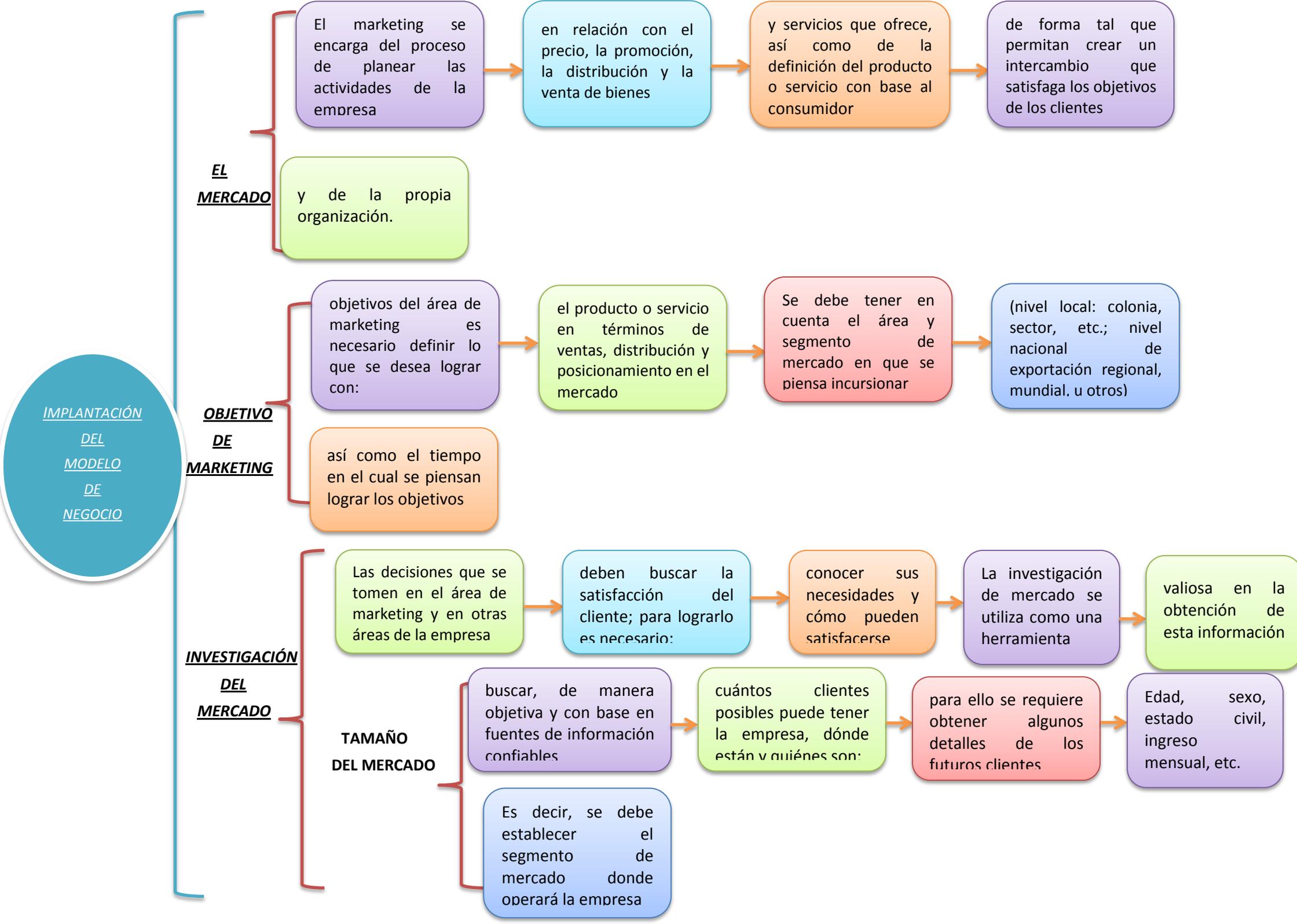
Nombre del trabajo: Implantación del modelo de negocio

Materia: Taller del emprendedor

Grado: 9no Cuatrimestre

Grupo: "A"

Frontera Comalapa, Chiapas a 18 de junio de 2020



**IMPLANTACIÓN
DEL
MODELO
DE
NEGOCIO**

**EL
MERCADO**

El marketing se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa

en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes

y servicios que ofrece, así como de la definición del producto o servicio con base al consumidor

de forma tal que permitan crear un intercambio que satisfaga los objetivos de los clientes

y de la propia organización.

**OBJETIVO
DE
MARKETING**

objetivos del área de marketing es necesario definir lo que se desea lograr con:

el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado

Se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar

(nivel local: colonia, sector, etc.; nivel nacional de exportación regional, mundial, u otros)

así como el tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos

**INVESTIGACIÓN
DEL
MERCADO**

Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa

deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario:

conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse

La investigación de mercado se utiliza como una herramienta

valiosa en la obtención de esta información

**TAMAÑO
DEL MERCADO**

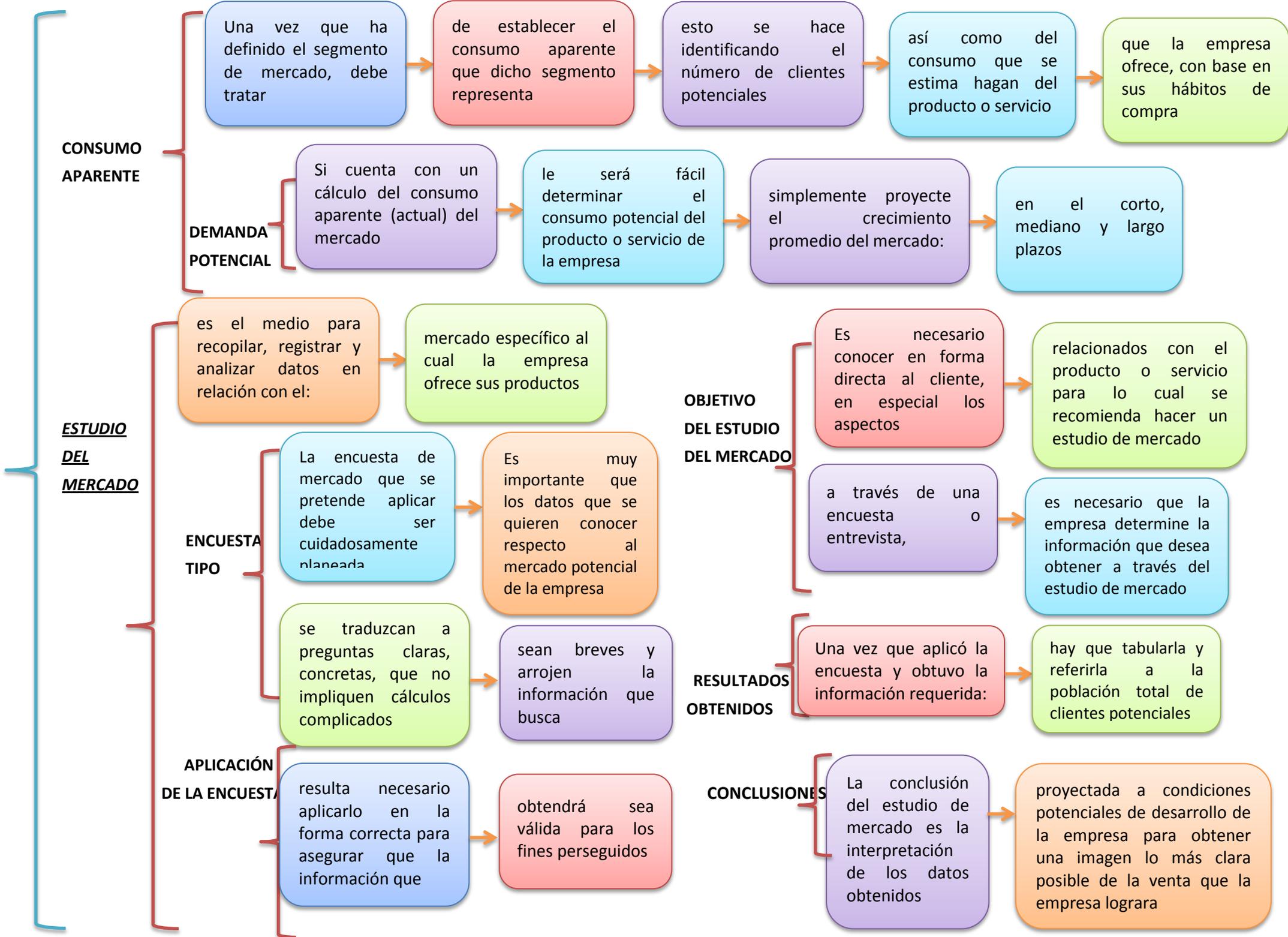
buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables

cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son:

para ello se requiere obtener algunos detalles de los futuros clientes

Edad, sexo, estado civil, ingreso mensual, etc.

Es decir, se debe establecer el segmento de mercado donde operará la empresa



LAS 4 P'S

DISTRIBUCIÓN Y TIPOS DE VENTA

Luego de identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga

es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado

Para ello se deben escoger rutas mediante las cuales, de la manera más eficiente posible

se transporte el producto desde el centro de producción hasta el consumidor

PROMOCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Promover es, en esencia, un acto de información, persuasión y comunicación

que incluye varios aspectos de gran importancia, como la publicidad, la promoción de ventas

las marcas e, indirectamente, las etiquetas y el empaque

PUBLICIDAD

**Periódicos
Radio
Volantes**

PROMOCIÓN DE VENTAS

permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa

la promoción de ventas debe llevarse a cabo para que el cliente ubique al producto

MARCAS

Una marca es un nombre, término, signo, símbolo o diseño, o combinación de todos estos elementos

que identifica los bienes y/o servicios que ofrece una empresa y señala una clara diferencia con los de su competencia

ETIQUETA

Se le llama etiqueta a las formas impresas que lleva el producto para dar información al cliente

acerca de su uso o preparación. Las etiquetas no sólo son exigidas por ley,

sino que pueden jugar un papel importante en la imagen que el consumidor se haga del producto

por lo tanto, es necesario diseñarlas con mucho cuidado y detenimiento.

EMPAQUE

El empaque debe ayudar a vender el producto, en particular el que es adquirido directamente por el consumidor final

FIJACIÓN Y POLITICAS DE PRECIOS

La fijación del precio es de suma importancia, ya que el precio influye

en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio