



Nombre de la alumna: Belén Azucena Aguilar Solis
Nombre del profesor: LIC. Icel Bernardo Lepe Arriaga

**Nombre del trabajo: Cuadro Sinóptico IMPLANTACIÓN DEL
MODELO DE NEGOCIO**

**Materia: Taller de emprendedor Grado: 9° Cuatrimestre,
escolarizado Trabajo Social Y Gestión Comunitaria**

Frontera Comalapa, Chiapas a 18 de Junio de 2020.

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

El mercado

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

Objetivos del 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

3.3 Investigación del mercado

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

Se utiliza

Herramienta valiosa en la obtención de esta información.

Tamaño del mercado

El siguiente paso del plan de negocios es 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 se requiere

Obtener detalles de los futuros clientes: edad, sexo, estado civil, ingreso mensual, etcétera

Consumo aparente

Tratar de establecer el consumo aparente que dicho segmento representa; esto se hace identificando el número de clientes potenciales

Demanda potencial

Si cuenta con un cálculo del consumo aparente (actual) del mercado, le será fácil determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa, simplemente proyecte el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos.

3.4 Estudio del mercado

Es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.

Objetivo del estudio de mercado

Es necesario conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio

Para lograr

Definir el producto o servicio que planea ofrecer, de acuerdo con el punto de vista del consumidor potencial.

Encuesta tipo

La encuesta de mercado que se pretende aplicar debe ser cuidadosamente planeada.

Aplicación de la encuesta

No basta con diseñar el instrumento (encuesta) adecuado, sino que también resulta necesario aplicarlo en la forma correcta para asegurar que la información que obtendrá sea válida para los fines perseguidos

Resultados obtenidos

Una vez que aplicó la encuesta y obtuvo la información requerida, hay que tabularla y referirla a la población total de clientes potenciales para obtener conclusiones válidas y confiables

Conclusiones del estudio

es la interpretación de los datos obtenidos, proyectada a condiciones potenciales de desarrollo de la empresa

3.5 Las 4 P's

Distribución y puntos de venta

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

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

Publicidad

es una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta; su objetivo principal es crear un impacto directo sobre el cliente para que compre un producto

Promoción de
ventas

Otro elemento que causa un gran impacto en el mercado meta es el sistema de promoción de ventas,

Marcas

la venta de un producto se facilita cuando el cliente conoce el producto y lo solicita por su nombre; esto es posible gracias a las marcas.