



Nombre de la alumna:

Nancy Karina Gordillo Méndez

Nombre del profesor:

Lic. Icel Benardo Lepe Arriaga

Nombre del trabajo:

Mapa conceptual

Materia: taller del emprendedor

Grado: 9º Cuatrimestre

Grupo: "A"

Frontera Comalapa, Chiapas a 19 de junio del 2020

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

El mercado

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

- ✓ al precio
- ✓ La promoción
- ✓ La distribución
- ✓ La venta de bienes
- ✓ Servicios que ofrece

así como

La definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor



que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización

Objetivos del Marketing

Dentro de los objetivos del área de marketing es necesario

- definir lo que se desea lograr con el producto o servicio
- Se debe tener en cuenta

en términos

- de ventas
- distribución
- posicionamiento en el mercado

El área y segmento de mercado en que se piensa incursionar

- ✓ nivel local
 - Colonia
 - sector
- ✓ nivel nacional
 - De exportación regional, mundial, así como el tiempo de los objetivos

Investigación del mercado

Tamaño del mercado

buscar, de manera objetiva

- ✓ cuántos clientes
- ✓ dónde están y quiénes son

puede tener la empresa

Para ello se requiere obtener

detalles de los futuros clientes

- ✓ Edad
- ✓ Sexo
- ✓ estado civil
- ✓ ingreso mensual

Consumo aparente

establecer el consumo aparente que dicho segmento representa

Esto se hace identificando

- ✓ el número de clientes potenciales
- ✓ así como del consumo que se estima

del producto o servicio que la empresa ofrece

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

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

definir el producto o servicio que planea ofrecer

Encuesta tipo

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

La Aplicación de la encuesta

No basta con diseñar el instrumento (encuesta) adecuado

resulta necesario aplicarlo en la forma correcta

para asegurar

la información que obtendrá sea válida para los fines perseguidos

determinar

- ✓ cómo, dónde
- ✓ cuándo se va a realizar

Las 4 P's

✓ Distribución y puntos de venta

es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado

cuando elija un canal de distribución

deberá tomar en cuenta aspectos como

- ✓ Costo de distribución del producto
- ✓ Control que pueda tener sobre políticas
- ✓ Conveniencia para el consumidor del punto final de venta

- ❖ precio
- ❖ promoción al consumidor
- ❖ por cercanía
- ❖ preferencia

Promoción del producto o servicio

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

incluye varios aspectos

- ❖ la publicidad
- ❖ la promoción de ventas
- ❖ las marca

es una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje

Promoción de ventas

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

Ejemplo de estas actividades

- ❖ muestras gratuitas
- ❖ regalos en la compra del producto
- ❖ ofertas de introducción, patrocinio o participación

- * actividades sociales
- * educativas, culturales

Fijación y políticas de precios

La fijación del precio es de suma importancia

ya que el precio influye en la percepción que tiene el consumidor

Las políticas de precios de una empresa

determinan la fijación del precio de introducción en el mercado

BIBLIOGRAFÍA

- Lepe, I.B. (2020). Taller del emprendedor. p62-72