



Taller del emprendedor

Lic. Ana Laura Culebro Torres

**Implantación del modelo de
negocios**

Manolo Enrique Rivera Escobar

90

PASIÓN POR EDUCAR

**Lic. administración y estrategias de
negocios**

Implantación del modelo de negocios

Objetivos del marketing

Debemos definir lo que queremos lograr con el producto o servicio en cuanto a ventas, distribución y como nos vamos a posicionar en el mercado y a que segmentos de mercado queremos ingresar.

Investigación del mercado

Cuando tomamos decisiones en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, debemos de tener en cuenta primero como van a reaccionar los clientes, ya que esas decisiones van a influir directamente en los productos o servicios que estamos comercializando, debemos conocer las necesidades de los consumidores y como podemos satisfacerlas, la investigación de mercados nos aporta esa y otras informaciones que son muy valiosas.

Tamaño del mercado

En este paso conocemos como va a ser nuestro mercado, adquirir información de fuentes confiables cuantos clientes podemos llegar a tener, quienes serán y donde realmente están, para conocer estos datos, tomamos en cuenta factores de la población como la edad, sexo, estado civil, ingresos y así definimos donde vamos a establecer nuestra empresa

Consumo aparente

Después conocemos las nociones de cual va a ser nuestro consumo, identificamos los clientes potenciales y calculamos cual va a ser la cantidad de consumo que ellos dispondrán

Demanda potencial

Después de calcular como va a ser nuestro consumo, determinamos nuestro consumo potencial, vemos como va creciendo nuestro mercado a corto, mediano y largo plazo

Estudio de mercado

Objetivo

El objetivo principal es el de conocer a los consumidores, cuales son sus preferencias, necesidades, el poder adquisitivo, la cantidad de la demanda de los productos que nos interesan y también para conocer los precios de los productos que son similares a los nuestros, debemos de definir bien que producto o servicio tenemos pensado ofrecer, estos puntos los tomamos en cuenta para que así, al establecer nuestra empresa nuestros clientes nos acepten de una manera positiva

Encuesta

Recaudamos datos que nos interesan referentes al mercado potencial, introducimos preguntas claras, concretas y simples, hacemos encuestas para obtener la información.

Aplicación de las encuestas

Después de diseñarla, la debemos aplicar y asegurarnos que la información sea fidedigna, consisa y clara, determinamos como, cuando y donde vamos a realizarla, nos aseguramos de que este bien diseñada y detectar y corregir errores

Resultados obtenidos

Una vez obtenida la información, la tabulamos y la dirigimos a los clientes potenciales y de ella derivan conclusiones viables para conocer la factibilidad del mercado y conocemos las preferencias del consumidor

Conclusiones

Se interpretan los datos obtenidos y generamos una imagen de las posibles ventas que tendremos en un futuro.

4 P's

Distribucion y puntos de venta

Determinamos como haremos llegar los productos a los consumidores, elegimos las maneras de transporte mas eficientes.

Promocion del producto o servicio

Es un acto de informacion, persuasión y comunicación hacia los clientes, incluye aspectos como la publicidad, promociones de venta, etiqueta del producto y las marcas

Publicidad

Son actividades en las que comunicamos a los consumidores informacion sobre nuestros productos, su objetivo principal es el de persuadir al cliente para que adquiera nuestros productos o servicios, algunos medios son: Periodicos, Radio, volantes

Promocion de ventas:

Es la presentación de los productos o servicios hacia los clientes, sirve para que los clientes identifiquen a nuestro producto

Marcas

Es el nombre de nuestro producto/servicio, sirve para que el cliente lo identifique fácilmente

Etiqueta

Son las formas impresas que lleva el producto, da información a cerca de el a los consumidores.

Empaque

Sirve para proteger al producto del ambiente exterior, sirve también como medio publicitario, se recomienda que sea amigable con el medio ambiente

Fijacion y políticas de precios

El precio es la cantidad de dinero que el consumidor paga por el producto o servicio, las políticas de precios de las empresas fijan el precio final.