

Ensayo sobre “implantación de del modelo de negocio”

Nombre de alumno: Keyla Janeth Escobar Ocampo

Licenciatura enfermería

Profesor: Icel Bernardo Lepe

PASIÓN POR EDUCAR

Materia: taller del emprendedor

Grado: 9° cuatrimestre

Frontera Comalapa, Chiapas a 06 de junio del 2020

IMPLANTACION DEL MODELO DE NEGOCIO.

Al tener nuestro negocio tenemos que realizar actividades relacionado al negocio pensar en lo que es precio, promociones, distribución, venta de viene y servicios que vamos a ofrecer, siempre teniendo en cuenta las preferencias del consumidor para satisfacer sus necesidades.

Es importante tener planteado los objetivos claros en el negocio esto se le conoce como marketing, que es lo que queremos lograr con el producto y el servicio a dar, todo esto dependerá el área y segmento de mercado en que hemos pensado tener, así como el tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos.

Para proseguir hay que buscar, de manera objetiva y con ayuda de información confiables, los clientes posibles a tener en la empresa, dónde están y quiénes son; saber algunos detalles de los futuros clientes: edad, sexo, estado civil, ingreso mensual, etcétera. Pensar en el segmento de mercado donde operará la empresa. Una vez que ha definido debemos tratar de establecer el consumo a representa; identificando el número de clientes potenciales del consumo que se estima del producto o servicio que ofrezcamos, con base en los hábitos de compra de los demás.

proyectar el crecimiento promedio del mercado de nuestra empresa sea en corto, mediano y largo plazos. Teniendo listo el producto o servicio, necesitaremos que la empresa determine la información que deseamos tener en el mercado, nos permitirá tomar decisiones respecto al precio, presentación y distribución del producto. Asimismo, podemos investigar la frecuencia de consumo del producto o servicio.

obteniendo la información requerida, hay que tenerlas en cuenta y anotarlas, guiándonos del total de clientes potenciales para tener conclusiones válidas y confiables respecto a lo positivo que resulte nuestro mercado y de nuestro producto o servicio, viendo la información a las preferencias del consumidor.

Sabiendo de las necesidades del cliente o consumidor hay que desarrollar un producto que los satisfaga, determinar cómo hacer llegar los productos al mercado. Para ello se deben escoger rutas, de la manera más eficiente posible, se transporte el producto desde el centro de producción hasta el consumidor, al proceso de distribución nos posibilita incrementar la distribución a un mayor número de clientes potenciales; cada paso también provoca una

pérdida de control y contacto directo con el mercado saber pensar en las ventajas y desventajas.

Hay que promover es como 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. Eligiendo un adecuado programa de promoción, podemos dar a conocer nuestro producto o servicio e incrementar su consumo.

La publicidad es una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta; nuestro objetivo principal es crear impacto en nuestros clientes para que compren el producto y tendremos incremento en las ventas.

Para lograra impacto en el mercado meta es el sistema de promoción de ventas, una actividad que nos permiten presentar a los clientes con el producto o servicio de nuestra empresa y la promoción de ventas debe llevarse a cabo para que el cliente ubique al producto o servicio de la empresa en el mercado, como algunas muestras gratuitas, regalos en la compra del producto, ofertas de introducción, patrocinio y/o participación en actividades sociales, educativas, culturales o deportivas de la comunidad.

Nuestro empaque en el producto debe ayudar a vender, adquiriéndolo directamente por el consumidor final. No basta que el empaque muestre el nombre de la fábrica y la marca, el recipiente también debe servir como medio publicitario, lo que hace aumentar el valor del producto ante nuestros clientes además se debe buscar que sea reciclable y, si es posible, biodegradable.

Cuando nos referimos al precio es de suma importancia, ya que el precio influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre nuestro producto o servicio. No olvidemos a qué tipo de mercado estamos enfocados, debe saber si lo que buscará el consumidor será calidad, sin importar mucho el precio, o si el precio será una de las variables de decisión más importantes. En muchas ocasiones una mala fijación del precio es la responsable de la escasa demanda de un producto.

En conclusión, el mercado se compone de una de las actividades económicas más importantes que ha realizado través de los tiempos. Cuando hablamos de mercado son esas actividades comerciales son reguladas y organizadas ya que no son realizadas de manera individual si no que suponen siempre la participación de un número importante de personas. Hoy en día el mercado es la actividad económica principal mundial ya que es la

que pone en contacto a todas las sociedades entre sí independientemente del tipo de gobierno, religión, cultura o forma de vida que lleven.

El mercado es, justamente, la actividad económica más dinámica porque permite a los diferentes grupos y sociedades entrar en contacto con otras realidades que no sólo enriquecen su vida con productos diferentes y variados, sino que también permite conocer datos y elementos particulares de otras culturas, incluso a veces muy lejanas.