



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Nombre del alumno: José Alejandro Aguilar Gómez

Licenciatura: Nutrición

Nombre del profesor: Ana Laura Culebro Torres

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: Taller del emprendedor

Grado: 9°

Grupo: "A"

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez Chiapas a 17 de junio del 2020

ENSAYO DE OBJETIVOS DEL MARKETING, INVESTIGACIÓN DE MERCADO, ESTUDIO DE MERCADO Y LAS 4 P´S

En la actualidad el marketing se ha convertido en una herramienta imprescindible para que muchas empresas salgan a delante, ya que poco a poco, se han ido adaptando a las necesidades de la población, y por esto mismo han ido innovando sus estrategias de negocio, para poder vender sus productos y servicios a cierto sector de la población.

Muchas veces es necesario plantearse los objetivos de la empresa para poder orientarla por buen rumbo, al igual es necesario realizar una investigación del mercado, para saber qué tan rentable o no es el producto o servicio, esto incluye también realizar un estudio detallado del mercado para ver la situación actual y sobre todo es necesario conocer las 4 P´S del marketing, es decir precio, producto, punto de venta y promoción.

Para comenzar hay que definir los objetivos del marketing, en primer lugar, es necesario edificar confianza y credibilidad alrededor de tu marca, ya que permitirá que los consumidores confíen en la marca y se identifiquen con ella, en segundo lugar, reforzar la lealtad de los clientes existentes, lo que permitirá lograr una base sólida de clientes que sea capaz de recomendarte, así como para que ellos te compren repetidamente. En tercer lugar, desarrollar nuevas ideas, es decir que la marca vaya evolucionando constantemente. Por último, construir tu presencia online, esto permitirá atraer a nuevos clientes.

Otros objetivos para mencionar podrían ser la detección de segmentos y sectores rentables, reconocer oportunidades de marketing, lograr el crecimiento de la empresa de acuerdo con el mercado actual, contar con una buena participación en el mercado, también es necesario plantearse obtener beneficios o utilidades para la organización. Pero sin lugar a duda, uno de los objetivos principales es asegurarnos de crear una relación valiosa con los clientes para que sigan comprando nuestro producto o servicio.

Por otra parte, la investigación de mercado es una herramienta que nos permite la recopilación y análisis de información, respecto a la empresa y del mercado, que nos permitirá tomar mejores decisiones en el campo del marketing.

Además, la investigación se puede realizar de dos maneras, ya sea de forma interna, es decir a través de un departamento o personal a cargo y también de manera externa, que sería contratar a una empresa externa para que se encargue de realizar la investigación.

Sin embargo, para desarrollar una investigación de mercado primeramente hay que definir el problema, definir los objetivos, establecer un plan de investigación, recopilación de datos, el análisis de estos, y por último realizar un informe.

Otros pasos para llevar a cabo una investigación de mercado son: planteamiento del problema, investigación preliminar, formulación de las hipótesis, recopilación de datos, será necesario seccionar una muestra y escoger los instrumentos de investigación, como, por ejemplo, entrevistas, observación y experimentación. Por último, la selección, ingreso y análisis de datos, una vez completado, pasamos a la preparación de un informe de investigación de mercado.

No obstante, también es necesario saber en que consiste el estudio de mercado, primeramente, hay que decir que estudio de mercado es la investigación que realizamos para conocer la respuesta de los clientes y de la competencia antes del lanzamiento de un producto o servicio.

Desde mi punto de vista el estudio de mercado nos ayudara a identificar las características del mercado y también nos ayudara a saber como funciona. En la actualidad hay 3 tipos de estudios de mercado, estudios de medición, estudios para comprender al consumidor y estudios para la toma de decisiones. Algunos beneficios del estudio de mercado por mencionar es que nos permiten conocer a la competencia, al publico y descartar ideas antes de lanzarlo.

Cabe mencionar que para realizar un buen estudio de mercado hay tomar en cuenta los objetivos, primero hay identificar necesidades y objetivos de los segmentos del mercado, medir la posición de la marca frente al consumidor, comparar tus precios con competencia, y finalmente hay que decidir quiénes serán nuestro público y sobre todo las ventajas y limitantes del producto o servicio.

Por ultimo las 4 P'S del marketing, producto, precio, punto de venta y promoción. En primer lugar, el producto engloba la calidad, diseño, características, nombre de la marca, envase y servicios, es decir que son todas las acciones que giran entorno a este, seguidamente el precio, se refiere precios de listas, descuentos, periodo de pago, planes de crédito, y se deben seguir criterios de marketing para fijar los precios, en tercer lugar, el punto de venta o distribución se refiere al proceso mediante el cual el producto o servicio llega hasta nuestro cliente, es decir el transporte, costos de envío, tiempos de operación etc. Por último, la promoción se refiere en las múltiples formas de darlo a conocer, en otras palabras, son los medios, canales y técnicas que van a dar a conocer nuestro producto.

En conclusión, es necesario antes de iniciar un negocio o empresa, plantearse los objetivos a corto, mediano y largo plazo, para evaluar la situación de la empresa. Además, hay que realizar una investigación detallada del mercado para obtener información para la empresa, y junto a un estudio de mercado identificar varios factores antes de lanzar un producto, ya por ultimo las 4 P'S nos ayudaran a conocer como funciona el marketing.

BIBLIOGRAFÍA

- <https://info.netcommerce.mx/5-objetivos-de-marketing-que-tu-empresa-debe-alcanzar/>
- <https://segundaplanta.com/>
- <https://rockcontent.com/es/blog/objetivos-de-la-mercadotecnia/>
- <https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>
- <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debesconocer#:~:text=Las%204%20P%20del%20marketing,concepto%20de%20marketing%20en%201960.>
- <https://magentaig.com/que-es-y-como-se-hace-un-estudio-de-mercado/>