



Nombre de alumnos:

Sissy Beatriz Villatoro Alvarado

Nombre del profesor:

Ana Laura Culebro Torres

Nombre del trabajo:

Ensayo

Materia:

Taller del emprendedor

Grado: 9no cuatrimestre

Grupo: A Licenciatura en Nutrición

Comitán de Domínguez Chiapas a 16 de enero de 2020.

Ensayo de marketing

Dentro del marketing existen objetivos los cuales es necesario definir lo que se quiere lograr con el producto, es decir, en cuanto a su venta, distribución y posición en el mercado. Una vez que se definieron los objetivos es importante tener en claro que la investigación del mercado toma decisiones con forme a las necesidades del cliente para satisfacerlo mediante la obtención de información. El paso que sigue después de la obtención de información es el plan de negocios que busca de manera objetiva y precisa la obtención de datos de algunos clientes que a futuro comprarán el producto en base a su edad, sexo, estado civil etc. Ya que se estableció el segmento de mercado, se identifica el número de clientes potenciales y así estimar la cantidad de producto o servicio que la empresa ofrece con base a la compra mas repetitiva.

Por otra parte el estudio de mercado es el medio por el cual se recolecta, o recopila datos, almacena y analiza los mismos datos en relación a la empresa que esta ofrece a otros. Este estudio de mercado tiene como objetivo conocer en forma directa al cliente a lo cual esta en contacto tanto como con el cliente como con el producto y así mismo el comprador puede hacer preguntas con respecto al producto o ya sea bien que se le realice una entrevista.

Las 4 p's distribución y puntos de venta se refiere a identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga, para ello se deben escoger rutas mediante las cuales, de la manera más eficiente posible, se transporte el producto desde el centro de producción hasta el consumidor y así incrementar el número de clientes potenciales que se interesen en el producto. Ya que se realizan los puntos de venta y distribución empieza el acto de promoción del producto o servicio en donde se toma en cuenta la etiqueta, la marca o el empaque que a partir de ahí es donde se puede dar a conocer el producto o el servicio.

La 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, con el consecuente incremento en las ventas ya sea por medio de revistas, periódicos, radio etc.