

MAPA CONCEPTUAL: IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.

TALLER DEL EMPRENDEDOR

LIC. CESAR ALFREDO ESCOBAR SÁNCHEZ

PRESENTA EL ALUMNO:

GUSTAVO MAZARIEGOS ALVARADO

GRUPO, SEMESTRE Y MODALIDAD:

9no, cuatrimestre "B" enfermería semiescolarizado.

Frontera Comalapa, chipas a 13 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 con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor, de forma tal que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización.

OBJETIVOS DEL MARKETING

se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado. Se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar (nivel local: colonia, sector, etc).

EJEMPLOS DE OBJETIVOS DE MARKETING

- Notoriedad. Dentro de este objetivo podemos destacar el top of mind o el posicionamiento web, entre otros.
- Posicionamiento (ventaja diferencial).
- Incrementar cuota de mercado.
- Lanzamiento de producto.
- ROI (rentabilidad de las acciones de marketing).
- Nuevos mercados: internacionalización o a escala local (crecimiento).
- Beneficios económicos de la empresa.
- Obtención de más ventas.
- Optimizar tu funnel.
- Captación de nuevos clientes.
- Fidelización de clientes determinando su grado de satisfacción.

Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse. La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

El siguiente paso del plan de negocios es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son; para ello se requiere obtener algunos detalles de los futuros clientes: edad, sexo, estado civil, ingreso mensual, etcétera. Es decir, se debe establecer el segmento de mercado donde operará la empresa.

Tamaño del mercado

Una vez que ha definido el segmento de mercado, debe tratar de establecer el consumo aparente que dicho segmento representa; esto se hace identificando el número de clientes potenciales, así como del consumo que se estima hagan del producto o servicio que la empresa ofrece, con base en sus hábitos de compra.

Consumo aparente

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, simplemente proyecte el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos.

Demanda potencial

