

Nombre del alumno:

Gladis Alejandra Sánchez Hernández

Nombre del profesor:

Lic. Eliu Morales Roblero

Licenciatura:

Trabajo Social y gestión Comunitaria

Materia:

Taller del emprendedor

Nombre del trabajo:

Cuadro Sinóptico:

“Características de modelo de negocios”

IMPLANTACIÓN DE 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.

La definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor

Objetivos del Marketing

Definir lo que 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.; nivel nacional: de exportación regional, mundial, u otros), así como el tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos

Investigación del mercado

La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información

Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente

Estudio del mercado

Es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos

- Objetivo del estudio de mercado.
- Encuesta tipo
- Aplicación de la encuesta
- Resultados obtenidos
- Conclusiones del estudio realizado

Las 4 P's

Distribución y puntos de venta:

Luego de identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga, es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado

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.

Promoción de ventas

Permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa; la promoción de ventas debe llevarse a cabo para que el cliente ubique al producto o servicio de la empresa en el mercado.

Etiqueta

Formas impresas que lleva el producto para dar información al cliente acerca de su uso o preparación. Pueden jugar un papel importante en la imagen que el consumidor se haga del producto, por lo tanto, es necesario diseñarlas con mucho cuidado y detenimiento.

Promoción del producto o servicio:

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.

- Periódicos.
- Radio.
- Volantes.

Marcas

Una marca es un nombre, término, signo, símbolo o diseño, o combinación de todos estos elementos, que identifica los bienes y/o servicios que ofrece una empresa

Empaque

El empaque debe ayudar a vender el producto, en particular el que es adquirido directamente por el consumidor final. Lo que hace aumentar el valor del producto ante el cliente; además se debe buscar que sea reciclable y, si es posible, biodegradable.