

Nombre de alumno:

Saidi Maritza Roblero calderón

Nombre del profesor:

Eliu Roblero Morales

Nombre del trabajo:

Cuadro sinóptico
“implantación del modelo de negocios”

Licenciatura:

Trabajo social y gestión comunitaria

Materia:

Taller del emprendedor

Grado: 9 cuatrimestres **Grupo:** “D”

Frontera Comalapa, Chiapas a 17 de junio de 2020.

Implantación del modelo de negocios

El mercado

El márkening se encarga de los procesos 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

Objetivos del marketing

Definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento

Ejemplos del marketing

Objetivos de postres mexicanos

- ✓ Corto plazo (6 meses)
- ✓ Mediano plazo (1 año)
- ✓ Largo plazo (2 años)

Objetivos republicas

- ✓ Corto plazo (1 año)
- ✓ Mediano plazo (3 años)
- ✓ Largo plazo (5 años)

Implantación del modelo de negocios

Investigación del mercado

Se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información m debe buscar la satisfacción del cliente: para lograrlo es necesario conoce sus necesidades como pueden satisfacerse.

Tamaño del mercado

Es buscar de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables cuantos clientes posibles puede tener la empresa, donde están y quienes para ello se requieren obtener algunos detalles de los futuros clientes y son:

- ✓ Edad
- ✓ Sexo
- ✓ Estado civil
- ✓ Ingreso ménsula

Consumo aparente

Esto se hace identificado al número de clientes potenciales, así como del consumo que se estiman hagan del producto o servicios que la empresa ofrece en base en sus hábitos de compra.

Implantación del modelo de negocios

Demanda potencial

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 del mercado en corto, mediano y largo plazo.

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.

- ✓ Encuesta tipo
- ✓ Aplicación de la encuesta
- ✓ Resultados obtenidos
- ✓ Conclusión del estudio realizado

Objetivos del mercado

Definir el producto o servicios que se desea ofrecer de acuerdo con el punto de vista del consumidor potencial, la cual permitirá tomar decisiones respecto al precio, prestación y distribución del producto.

Implantación del modelo de negocios

Los 4 P S

Distribución y puntos de venta

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

Sus aspectos

- Costo de distribución del producto
- Control que pueda tener sobre políticas de precio, promoción al consumidor final y calidad de productos.
- Convivencia para el consumidor del punto final de venta.
- Capacidad de la empresa para distribuir e producto.

Promoción del producto

A partir de un adecuado programa de promoción puede dar a conocer un producto o servicio para incrementar su consumo y son:

- Publicidad
- Volantes
- Periódicos
- radio

Promoción de venta

Son actividades que permitan 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 servicios.

- Marcas
- Etiqueta
- Empaque

Fijación y políticas de precios

La fijación es de suma importancia ya que el precio influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicios y las políticas de precios de una empresa determina la fijación del precio de introducción al mercado, así como descuentos por comprar en volumen en o pronto pago, promociones, comisiones y ajustes de acuerdo con la demanda.

Implantación del modelo de negocios

Producción

Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos o tácticos en productos requeridos por el consumidor.

Objetivos de la producción

La transformación de insumos a partir es la producción deben ser cuantificables y mediables e ir en relación con los recursos disponibles de la empresa.

Los servicios se clasifican

- Servicios comerciales
- Servicios profesionales

Elementos de producción

- Especificación de producto o servicios
- Descripción del procesos de producción o prestación de servicios
- Características de la tecnología
- Equipo e instalación materia prima
- Necesidades de materias prima
- Identificación de proveedores y cotizaciones }
- Capacidad instalada
- ubicación de la empresa
- Diseño y distribución de planta y oficinas
- Programa de producción

Implantación del modelo de negocios

Organización

Forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa..

Objetivos de la organización

La organización es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos.

Elementos de la organización

- Estructura organizacional
- Funciones específicas por puesto
- Administración de sueldos y salarios
- Marco legal de la organización