



Nombre de alumno: JORDY ROBLERO RODRIGUEZ

Nombre del profesor: ELIU ROBLERO MORALES

Nombre del trabajo: CUADRO SINOPTICO

Materia: TALLER DEL EMPRENDEDOR

Grado: NOVENO CUATRIMESTRE GRUPO D

PASIÓN POR EDUCAR

Frontera Comalapa, Chiapas a 16 de junio de 2020.

Implantación del modelo de negocios

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 del mercado

Conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio

Encuesta tipo

Los datos respecto al mercado potencial de la empresa se deben traducir en preguntas claras, concretas, que no impliquen cálculos complicados, sean breves y arrojen la información que se busca.

Aplicación de la encuesta

Se necesita determinar cómo, donde y cuando se va a realizar, además de quien las aplicará.

Resultados obtenidos

Hay que tabularla y referirla a la población total de clientes potenciales para tener conclusiones validas y confiables respecto a la factibilidad de mercado de producto o servicio de la empresa.

Conclusión del estudio realizado

Es la interpretación de los datos obtenidos, proyectada a condiciones potenciales de desarrollo de la empresa para obtener una imagen lo más clara posible de las ventas que la empresa logrará.

Las 4 P`S

Distribución y tipos de vetas

- Costo de distribución del producto.
- Control que pueda tener sobre políticas de precio, promoción al consumidor final y calidad del producto con base en los deseos del cliente.
- Conveniencia para el consumidor del punto final de venta (por cercanía, preferencia de compra en cierto tipo de tiendas, etc.).
- Capacidad de la empresa para distribuir el producto

Promoción del producto o servicio

Promover es, en esencia, 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

Publicidad.

es una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta.

- **Periódicos**
- **Radio.**
- **Volantes.**

Promoción de ventas

actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa. Debe llevarse a cabo para que el cliente ubique al producto o servicio de la empresa en el mercado.

Marcas

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 y señala una clara diferencia con los de su competencia.

Etiqueta.

Son las formas impresas que lleva el producto para dar información al cliente acerca de su uso o preparación.

Empaque.

Debe ayudar a vender el producto, en particular el que es adquirido directamente por el consumidor final.

Fijación y políticas de precio

El comprador entrega algo de valor económico al vendedor, a cambio de los bienes y servicios que se le ofrecen. La cantidad de dinero que se paga por los bienes o servicios constituye su precio.