



Nombre de alumnos: Litzy Nayelli Dominguez Mendoza

Nombre del profesor: Lic. Beatriz Adriana Mendez Gonzalez

Nombre del trabajo: Ensayo.

PASIÓN POR EDUCAR

Materia: Taller del emprendedor.

Carrera: Lic. Enfermería.

Grado: 9°

Grupo: "A"

Pichucalco, Chiapas a 11 de junio del 2021

UNIDAD III

IMPLANTACION DEL MODELO DE NEGOCIO

El marketing se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio la promoción, distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece, definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor, de forma tal que permite crear un intercambio que satisfaga los objetivos de las personas que van a comprar y la organización. Los objetivos del área de marketing es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio, se debe tener el área y segmento del mercado en que se piensa introducir el producto.

Los objetivos como ejemplo son de corto plazo en 6 meses, mediano plazo 1 año y largo plazo 2 años. Las decisiones que se toman en esta área deben buscar la satisfacción del cliente para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y como pueden satisfacer.

Tamaño del mercado es plan de negocios es buscar de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, se deben establecer el segmento de mercado donde opera la empresa. El consumo aparente ha definido que se debe establecer el consumo aparente que dicho segmento a identificado el numero de clientes potenciales. Demanda potencial le será fácil determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa, proyecte el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largos plazos.

El estudio de mercado es muy bueno para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico a la empresa el objetivo es necesario conocer en forma directa al cliente por eso se recomienda hacer un estudio de mercado.

La encuesta de mercado se aplica cuidadosamente planea es importante que los datos se quieren conocer respecto al mercado potencial de la empresa se traduzcan a preguntas claras, concretas que no apliquen cálculos complicados, sean breves y que den buena información.

Aplicación de la encuesta es necesaria y se debe aplicar de forma correcta para asegurar que la información obtendrá sea valida para los fines perseguidos. Se debe evaluar la encuesta diseñada y con ello deberá evaluar y obtener resultados obtenidos.

Las conclusiones del estudio realizado de mercado es la interpretación de los datos obtenidos, proyectada a condiciones potenciales de desarrollo de la empresa para obtener una buena imagen lo mas clara y posible de ventas, dentro de esto también entra las 4 Ps Producto, Precio, Punto de venta y Promoción o más conocido como las 4 P del marketing y se denomina mezcla de mercadotecnia o mix comercial a las herramientas o variables de las que dispone el responsable de la mercadotecnia para cumplir con los objetivos de la compañía.

Es necesario tener publicidad es una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta su objetivo es crear un impacto directo sobre el cliente para que compre un buen producto, promoción de ventas es un gran impacto en el mercado meta es el sistema de promoción de ventas, actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa.

Marcas la venta de producto se facilita cuando el cliente conoce el producto y lo solicita por su nombre esto es posible y de gran impacto por las marcas, y tambiente tiene etiqueta que nos dan información del producto, empaque ayudar a vender el producto en particular el que es adquirido directamente por el consumidor final, la fijación y políticas de precios el comprador entrega de valor económico al vendedor a cambio de los bienes y servicios que se le ofrecen

La producción es muy importante para la distribución del producto. Todo lo que se hace dentro del marketing va de la mano y va en conjunto para ayudar a mejorar los servicios, se busca otorgar un producto de calidad y de cantidad, su busca ganar y también cumplir con las necesidades de los clientes.

Referencias

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/23dc0fb1cf3fee2b79ca787ef57eb5c6.pdf>

<https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del-marketing/>

<https://www.cyberclick.es/marketing>

<https://www.rdstation.com/mx/ventas/>

ANTOLOGIA: UDS.