

TALLER DEL EMPRENDEDOR

PROFESOR:

LIC. ICEL BERNARDO LEPE ARRIAGA

PRESENTA LA ALUMNA:

MARIA VICTORIA CALDERON VAZQUEZ

MODALIDAD, CUATRIMESTRE Y GRUPO:

ENFERMERIA ESCOLARIZADO, 9NO CUATRIMESTRE “A”.

Frontera Comalapa, Chiapas a 04 de Julio del 2021

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.

Estudio del mercado

El estudio de mercado es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.

Objetivos del Marketing

Dentro de los objetivos del área de marketing es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

Objetivo del estudio de mercado

Es necesario conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio, para lo cual se recomienda hacer un estudio de mercado, a través de una encuesta o entrevista.

Investigación del mercado

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.

Estudio del mercado

Es necesario conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio, para lo cual se recomienda hacer un estudio de mercado, a través de una encuesta o entrevista.

Tamaño 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 pueden tener la empresa, dónde están y quiénes son.

Las 4 P's

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. Para ello se deben escoger rutas.

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.

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. A partir de un adecuado

