



**Nombre de alumnos: Orantes
Ramírez Lizeydi Viviana**

**Nombre del profesor: Jezabel
Ivonne Silvestre Montejo**

**Nombre del trabajo: CUADRO
SINÓPTICO**

Materia: Taller del Emprendedor

Grado: 9 to cuatrimestre

Frontera Comalapa Chiapas a 11 de julio 2021

Implantación del modelo de negocio

El mercado

Y sin carga del proceso de planea las actividades de la empresa en relación con el precio

Así como la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor

Objetivos del marketing

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

Se ve tener en cuenta la ni segmento del mercado en qué se piensa incursionare

Así como el tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos

Investigación del mercado

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

Para lograrlo es necesario conocer su necesidades y como pueden satisfacerse

La investigación de mercados utiliza como un herramienta valiosa en opción de este información

Tamaño del mercado

Se debe buscar la de emanero pty va cuántos clientes posibles puede tener la empresa y donde se encuentra

Es decir se debe establecer el segmento de mercado donde apparel empresa

Consumo aparente

Esto se hace identificando el número de clientes potenciales

Así como el consumo que se estiman que hagan de producto o servicio que la empresa ofrece

Estudio de mercado

Es el medio para recopilar registran ya lei analizar datos en relación con el mercado específico

En necesario conocer en forma directa al cliente en especial los aspectos relacionados con el producto

Encuesta tipo

La encuesta de mercado que se pretende aplicar debe ser cuidadosamente planteada

Es importante que los datos que se requieran conoce respecto al mercado potencial lleve preguntas claras y concretas

Aplicación de la encuesta

Resulta necesario picar no informa con correcta para asegurar que la información sea válida

Una vez aplicable encuesta y la y la información requerida hay que hablar la y referir la la población

Conclusiones del estudio realizado

Es lo interpretación de los datos obtenidos proyectada condiciones potenciales de desarrollo

Así se podrá tener una imagen más clara de las ventas que la empresa logrará

La 4 P's

Distribución y punto de venta

Es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado

Para ello se debe escoger rutas mediante las cuales se transporta el producto

Cada paso del proceso distribución posibilita incrementar la distribución aún mayor número de cliente

Promoción del producto servicio

Promover es en esencia un acto de información persuasión y comunicación que incluye varios aspectos

A partir inadecuado programa de promoción puede dar a conocer un producto servicio y así incrementar su consumo

Publicidad

Es una serie de actividades necesarias para ser llegar un mensaje al mercado meta

Su objetivo principal es crear un pato directo summer cliente para que compre un producto

Animada los posibles compradores a buscar a productos servicios que se les ofrece

Ganar la preferencia del cliente

Promoción de ventas

Otro elemento que causó 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 un producto se facilita cuando al cliente conoce producto y los solicita por su nombre

Una marca, es un nombre o diseño que identifica los servicios que ofrece una empresa

Etiqueta

Sones formas impresas que lleva producto para dar información al cliente acerca de su uso o preparación

Hace etiqueta no sólo son exigidos por mi ley sino que juan un papel importante en imagen que el consumidor se haga de producto

Empaque

Debe ayudar a vender un producto y particular en particular el que es

No basta que la empaque muestro el nombre del fabricante y la marca

