



Nombre del alumno:

LUIS GERARDO VELASCO VELASCO

Nombre del profesor:

MIREYA DEL CARMEN GARCIA ALFONZO

Nombre del trabajo:

CUADRO SINOPTICO

Materia:

TALLER DEL EMPRENDEDOR

Grado:

9° cuatrimestre

Comitán de Domínguez Chiapas

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

mercado

el mercado

El marketing se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción,

distribución

la venta de bienes y servicios que ofrece, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor, de forma tal que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización.

Objetivos del Marketing

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. Se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar (nivel local: colonia, sector, etc.; nivel nacional:

corto plazo

Normalmente se trata de acciones rápidas y puntuales que, en realidad, no aportan valor en el futuro, pero que, sobre todo en el ámbito del marketing 2.0, son demandadas por muchos clientes como forma de comprobar que sus esfuerzos (e inversión) están empezando a generar resultados positivos.

mediano plazo

En este caso, se trata de acciones diseñadas y conceptualizadas con visión de futuro, cuyos resultados positivos no empiezan a notarse hasta pasados 6 meses y un año desde su implantación, pero aportan mucho valor y perduran en el futuro.

largo plazo

es un método complejo, una filosofía de trabajo que incluye diversas técnicas de marketing que buscan, en primer lugar, atraer tráfico cualificado hacia un blog o web mediante contenido de calidad para, posteriormente, convertir al mayor porcentaje posible de estos usuarios anónimos en registros o leads.

Investigación de 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. La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.