



Nombre de alumno: Alondra Gabriela García Ramírez

Profesor: Ana Laura Culebro

Materia: Taller del emprendedor

Grado:9

Grupo:B



Comitán de Domínguez Chiapas a 12 de septiembre de 2018.

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

3.1 El mercado

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

De forma tal que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización.

2 Objetivos del 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

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

3.3 Investigación del mercado

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.

3.4 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.

Se recomienda hacer un estudio de mercado, a través de una encuesta o entrevista.

Es necesario que la empresa determine la información que desea obtener a través del estudio

Le permitirá tomar decisiones respecto al precio, presentación y distribución del producto

