

NOMBRE DE ESTUDIANTE:
KARLA LIZETH VALENCIA PÉREZ

DOCENTE:
LIC. JESSICA ALEJANDRA VELAZQUEZ CORTEZ

MATERIA:
TALLER DEL EMPRENDEDOR

TEMA:
SUPER NOTA

CARRERA:
MEDICINA HUMANA

SEMESTRE: SEPTIMO

FECHA: 17/10/2021

Investigación de Mercado

Mercado



Se encarga del proceso de planear actividades de la empresa, en relación con el precio, promoción, la distribución y la venta bienes y servicios que ofrece.



objetivos

- * Promover la demanda
- * Nivel local o nacional
- * Tiempo

Profesionales de merchandising



Planificación operacionalización de actividades que se destinan a la presentación de los productos.



Experiencia Sensorial.



Tipos de respuestas:

- * Gusto
- * Olfato
- * Tacto
- * Audición
- * Vista.



Percepción Visual

Al consumidor le gusta ver lo que compra.



Entender cuáles son los estímulos y sentidos que más influyen en la decisión de compra de el producto.

Producto

Debe ser el eje central de tus objetivos.



Debe promover la interacción y el contacto del shopper con el producto.

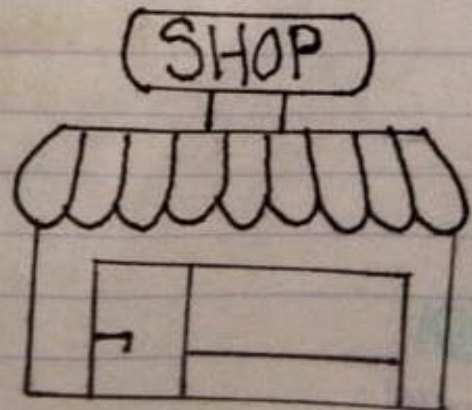


Lugar

Canales de distribución



Cada punto de ventas tiene sus características y existe un perfil de cliente.



Momento

El buen uso del potencial de la promociones según la temporada es la clave para aumentar los resultados.



Cantidad

No solo ausencia, sino también el exceso de productos puede parecerle extraño al cliente.



Planear:
Tamaño del muestrario

Precio

Los descuentos y promociones deben hacerle honor a la oferta.