

Licenciatura en Medicina Humana

Materia:

Taller del Emprendedor.

Trabajo:

Mapa conceptual 3ra unidad.

Docente:

Mtra. Gladis Adilene Hernández Lòpez

Alumno:

Carlos Alfredo Solano Díaz.

Semestre y Grupo:

7° "A"

Comitan de Dominguez, Chiapas a; 27 de Mayo del 2022.

IMPLANTACION DEL MODELO DE NEGOCIOS

MERCADO

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

Investigación Del mercado

Conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse.

Tamaño Del mercado

Cuántos clientes posibles puede tener la empresa, donde están y quiénes son

Consumo aparente

Numero de clientes potenciales, así como del consumo que se estima hagan del producto o servicio que la empresa ofrece

Demanda potencial

crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos.

Objetivos

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

Estudio Del mercado

Medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.

Objetivo del estudio

Aspectos relacionados con el producto o servicio.

Encuesta

preguntas dadas, concretas, que no impliquen cálculos complicados, sean breves y arrojen la información que busca.

Aplicación de la encuesta

preguntas dadas, concretas, que no impliquen cálculos complicados, sean breves y arrojen la información que busca.

Resultados obtenidos

Tabularla y referirla a la población total de clientes potenciales para obtener conclusiones válidas y confiables

Conclusiones

interpretación de los datos obtenidos, proyectada a condiciones potenciales de desarrollo de la empresa para obtener una imagen.

LAS 4 P's

Distribución y puntos de venta

Determinar como hacer llegar los productos al mercado.

Promoción del producto o servicio

A partir de un adecuado programa de promoción, puede dar a conocer un producto o servicio, incrementar su consumo

Promoción de ventas

Actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa

Etiqueta

A partir de un adecuado programa de promoción, puede dar a conocer un producto o servicio, incrementar su consumo

Empaque

Formas impresas que lleva el producto para dar información al cliente acerca de su uso o preparación

Fijación y política de precios

Debe ayudar a vender el producto, en particular el que es adquirido directamente por el consumidor final

El precio influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio.

Publicidad

serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta

Periodicos

Cubren con su circulación un territorio geográfico seleccionado

Radio

Es accesible a todo lo largo y ancho de los países

Publicidad

Son distribuidos por los dueños o empleados de la empresa, de puerta en puerta, en colonias o en puntos de reunión del segmento de mercado seleccionado