UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Licenciatura en Medicina Humana

Materia:

Taller del Emprendedor

Mapa Conceptual:

III Unidad: Implantación del modelo de negocio.

Docente:

Lic, Gladis Adilene Hernández López

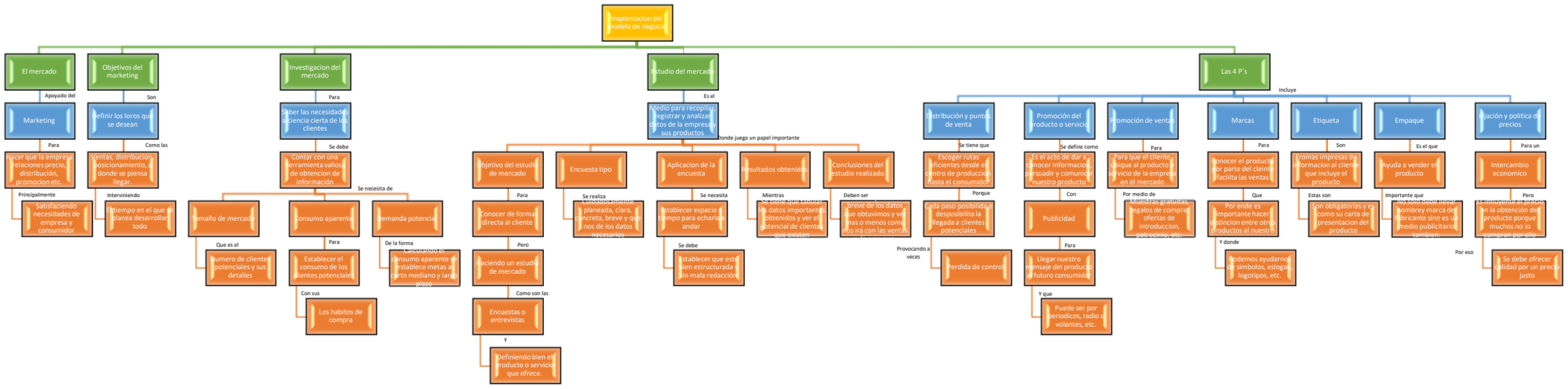
Alumno:

Erick José Villatoro Verdugo

Semestre y Grupo:

7º "A"

Comitán de Domínguez, Chiapas a; 28 de Mayo de 2022


Implantacion del modelo de negocio
El mercado
Apoyado del
Marketing
Para
Hacer que la empresa relaciones precio, distribución, promocion etc.
Principalmente
Satisfaciendo necesidades de empresa y consumidor
Objetivos del marketing
Son
Definir los loros que se desean
Como las
Ventas, distribucion, posicionamiento, a donde se piensa llegar.
Interviniendo
El tiempo en el que se planea desarrollar todo
Investigacion del mercado
Para
Saber las necesidades a ciencia cierta de los clientes
Se debe
Contar con una herramienta valiosa de obtencion de información
Se necesita de
Tamaño de mercado
Que es el
Numero de clientes potenciales y sus detalles
Consumo aparente
Para
Establecer el consumo de los clientes potenciales
Con sus
Los habitos de compra
Demanda potencial
De la forma
Estrategicamente el consumo aparente se establece metas a corto mediano y largo plazo
Estudio del mercado
Es el
Medio para recopilar, registrar y analizar datos de la empresa y sus productos
Donde juega un papel importante
Objetivo del estudio de mercado
Para
Conocer de forma directa al cliente
Pero
Haciendo un estudio de mercado
Como son las
Encuestas o entrevistas
Y
Definiendo bien el producto o servicio que ofrece.
Encuesta tipo
Se realiza
Enfocadamente planeada, clara, concreta, breve y que nos de los datos necesarios
Aplicacion de la encuesta
Se necesita
Establecer espacio y tiempo para echarla a andar
Se debe
Establecer que esta bien estructurada y sin mala redacción
Resultados obtenidos
Mientras
Se tiene que estudiar los datos importantes obtenidos y ver el potencial de clientes que existen
Conclusiones del estudio realizado
Deben ser
Breve de los datos que obtuvimos y ver mas o menos como nos irá con las ventas
Las 4 P´s
Incluye
Distribución y puntos de venta
Se tiene que
Escoger rutas eficientes desde el centro de produccion hasta el consumidor
Porque
Cada paso posibilidad desposibilita la llegada a clientes potenciales
Provocando a veces
Perdida de control
Promoción del producto o servicio
Se define como
Es el acto de dar a conocer informacion, persuadir y comunicar nuestro producto
Con
Publicidad
Para
Llegar nuestro mensaje del producto al futuro consumidor
Y que
Puede ser por periodicos, radio o volantes, etc.
Promoción de ventas
Para
Para que el cliente ubique al producto o servicio de la empresa en el mercado
Por medio de
Muestras gratuitas, regalos de compra, ofertas de introduccion, patrocinio, etc.
Marcas
Para
Conocer el producto por parte del cliente facilita las ventas
Que
Por ende es importante hacer distincion entre otros productos al nuestro
Y donde
Podemos ayudarnos de simbolos, eslogan, logotipos, etc.
Etiqueta
Son
Eromas impresas de informacion al cliente que incluye el producto
Estas son
Son obligatorias y es como su carta de presentacion del producto
Empaque
Es el que
Ayuda a vender el producto
Importante que
No solo hace llevar nombre y marca del fabricante sino es un medio publicitario tambien.
Fijación y política de precios
Para un
Intercambio economico
Pero
Es importante el precio en la obtención del producto porque muchos no lo compran por ello
Por eso
Se debe ofrecer calidad por un precio justo