



*Nombre del Alumno: Azucena Ramírez Hernández*

*Nombre del tema implantación del modelo de negocios*

*Parcial: III*

*Nombre de la Materia: taller del emprendedor*

*Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez González*

*Nombre de la Licenciatura: Enfermería*

*Cuatrimestre: Noveno*

## IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

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



las preferencias del consumidor, de forma tal que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor)



Dentro de los objetivos del 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.

Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente



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



para ello se requiere obtener algunos detalles de los futuros clientes: edad, sexo, estado civil, ingreso mensual.



esto se hace identificando el número de clientes potenciales, así como del consumo que se estima hagan del producto o servicio que la empresa ofrece, con base en sus hábitos de compra.

en fo

El estudio de mercado es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos



Es necesario conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio (opinión sobre el producto, precio que está dispuesto a pagar.



La conclusión del estudio de mercado es la interpretación de los datos obtenidos, proyectada a condiciones potenciales de desarrollo de la empresa para obtener una imagen



Luego de identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga, es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado.



Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores

