UNIDAD III. IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

3.1 El mercado

El marketing 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 que ofrece, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor, de forma tal que permitan crear un intercambio entre empresa y consumidor que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización.

3.2 Objetivos del Marketing

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, lo debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar

3.3 Investigación del mercado

- Tamaño del mercado
- Consumo aparente
- Demanda potencial

3.4 Estudio del mercado

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.

- Objetivo del estudio de mercado
- Encuesta tipo
- Aplicación de la encuesta
- Resultados obtenidos
- Conclusiones del estudio realizado

3.5 Las 4 P's

- Distribución y puntos de venta
- Promoción del producto o servicio
- Publicidad
  - Periódicos.
  - Radio
  - Volantes
- Promoción de ventas
- Marcas
- Etiqueta
- Empaque
- Fijación y políticas de precios

3.6 Producción

- Producto.
  - Resultado final de un proceso de producción que representa un satisfactor para el consumidor.
- Objetivos del área de producción
  - Podemos destacar dos tipos de bienes:
    - Bienes industriales.
    - Bienes de consumo.
  - Los servicios se clasifican, en general, de la siguiente forma:
    - Servicios comerciales.
    - Servicios profesionales.

3.7 Elementos de producción

- Especificaciones del producto o servicio
- Descripción del proceso de producción o prestación del servicio
- Características de la tecnología
- Equipo e instalaciones
- Materia prima
- Necesidades de materia prima
- Identificación de proveedores y cotizaciones
- Capacidad instalada
- Ubicación de la empresa
- Diseño y distribución de planta y oficinas
- Programa de producción

3.8 Organización

- Objetivos del área de organización

3.9 Elementos de organización

- Estructura organizacional
- Funciones específicas por puesto
- Administración de sueldos y salarios
- Marco legal de la organización

Presented with XMind