



Mi Universidad

CUADRO SINOPTICO

NOMBRE DEL ALUMNO: Elizabeth Guadalupe Espinosa López

TEMA: Implantación del modelo de negocio

PARCIAL: III

MATERIA: Taller del emprendedor

NOMBRE DEL PROFESOR: Lic. Icel Bernardo Lepe Arriaga

LICENCIATURA: Enfermería Escolarizado

Frontera Comalapa, Chiapas, a 2 de julio de 2022

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

EL MERCADO

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

Que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización.

OBJETIVOS DEL MARKETING

Es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

Corto plazo

6 meses – 1 año

Mediano plazo

1 año – 3 años

Largo plazo

2 años – 5 años

INVESTIGACION DEL MERCADO

Deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse.

Tamaño del mercado

Se debe establecer el segmento de mercado donde operará la empresa.

Consumo aparente

Establecer el consumo aparente que dicho segmento representa

Demanda potencial

Determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

ESTUDIO DEL MERCADO

Objetivo del estudio del mercado { Conocer de forma directa al cliente y los aspectos relacionados con el producto o servicio.

Encuesta tipo { Deben ser preguntas claras, concretas y que no impliquen cálculos complicados y que arrojen información importante.

Aplicación de la encuesta { Resulta necesario aplicarlo de forma correcta para asegurar la información que se obtendrá sea válida.

Resultados obtenidos { Se tabula y referirla a la población total de clientes potenciales para obtener conclusiones validas y confiables respecto a la factibilidad.

LAS 4 P's

Distribución y puntos de venta { Identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga, es necesario determinar cómo hacer llegar los productos.

Promoción del producto o servicio { Acto de información, persuasión y comunicación, que incluye varios aspectos de gran importancia, como la publicidad, la promoción.

Promoción de ventas { Sistema de promoción de ventas, actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa.

Fijación y políticas de precios { Influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio { Es una variable relacionada con los otros tres elementos de la mezcla de marketing.