



UNIVERSIDAD DEL SURESTE
ESCUELA DE MEDICINA



MATERIA:

Taller del emprendedor

CUADRO SINOPTICO

DOCENTE: Lic. Gladis Adilene Hernández López

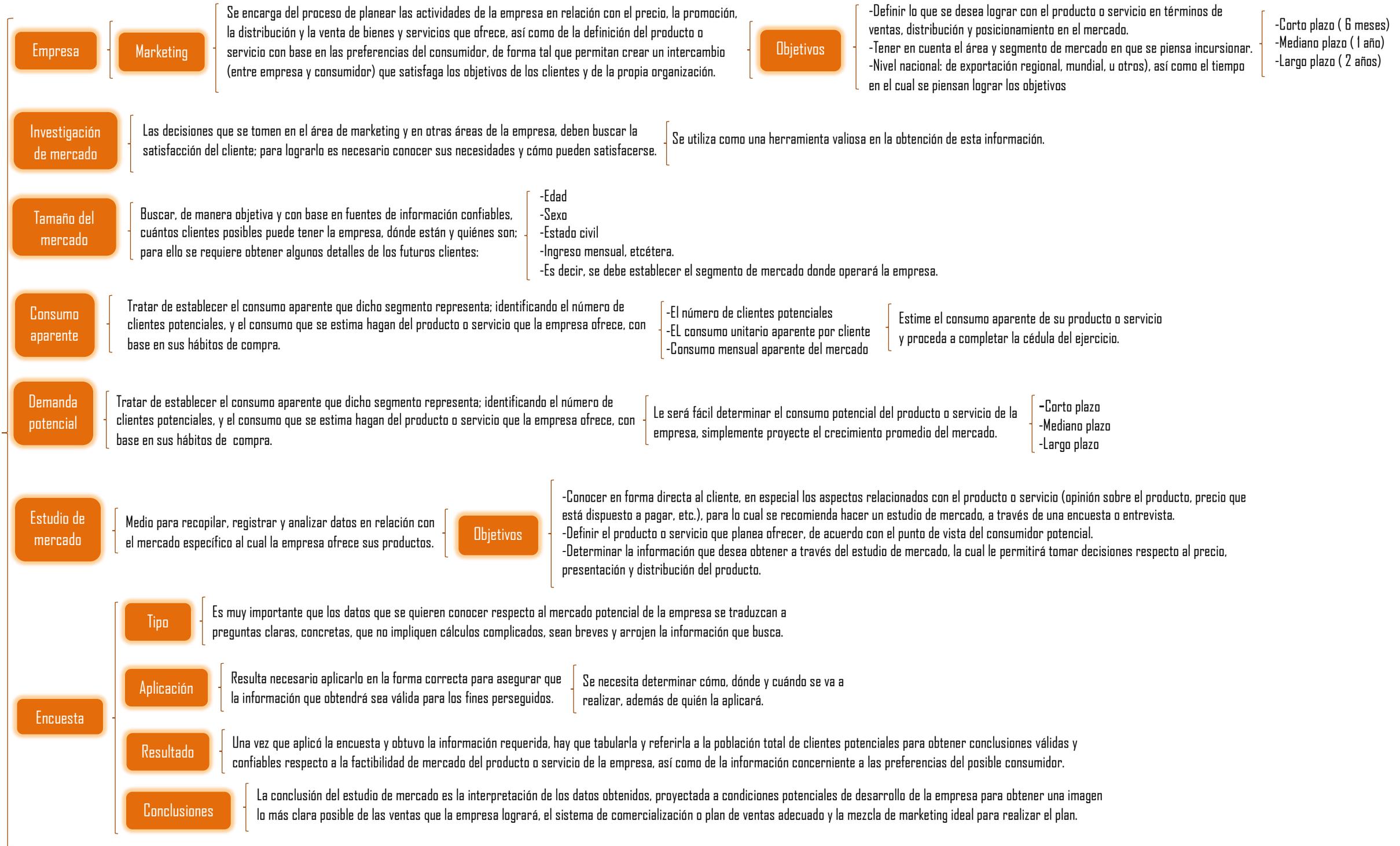
PRESENTA: Heydi Antonia Coutiño Zea

7 -“B”

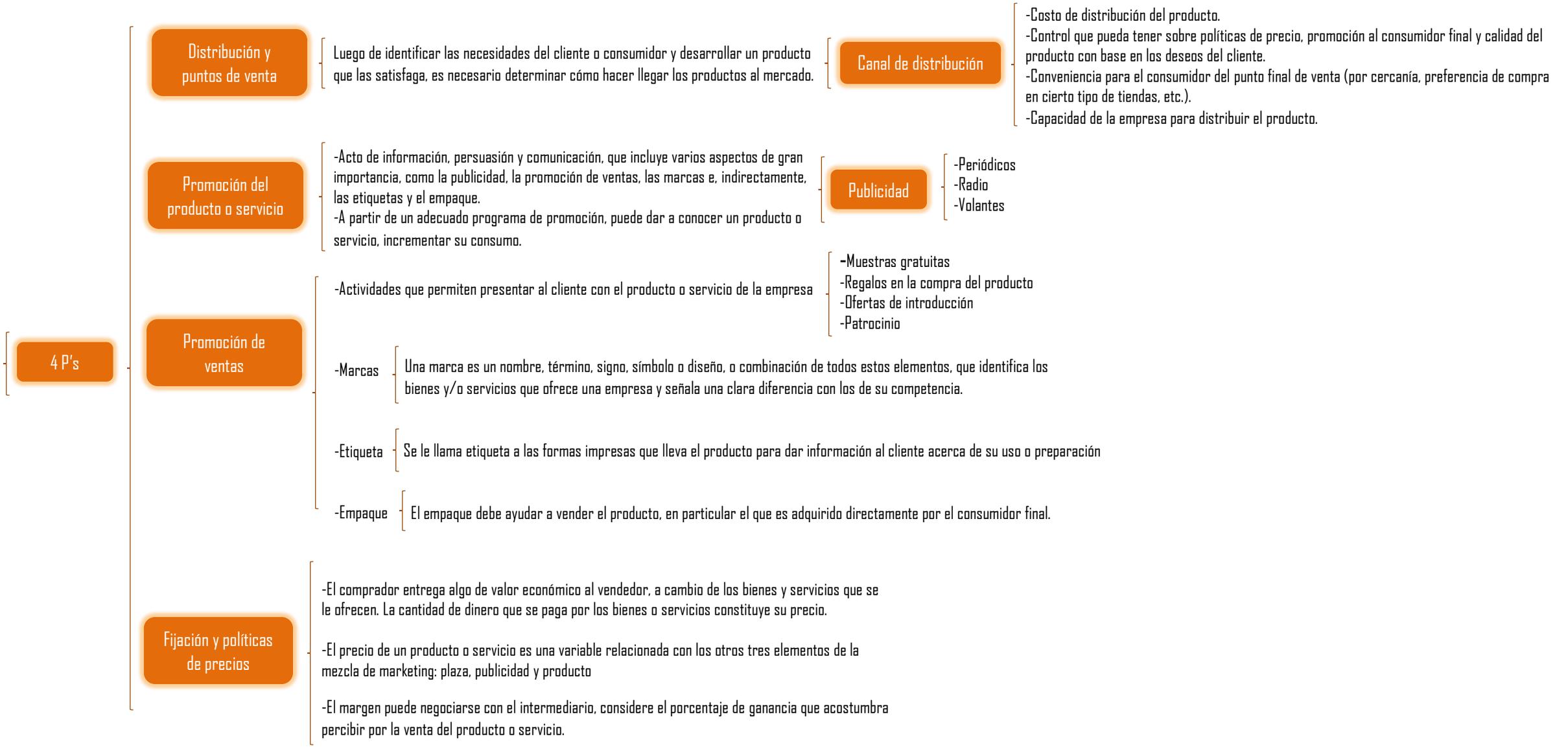
LUGAR Y FECHA:

COMITÁN DE DOMÍNGUEZ, CHIAPAS A 20 DE NOVIEMBRE DE 2022.

IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO



IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO



4 P's

Distribución y puntos de venta

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.

Canal de distribución

- Costo de distribución del producto.
- Control que pueda tener sobre políticas de precio, promoción al consumidor final y calidad del producto con base en los deseos del cliente.
- Conveniencia para el consumidor del punto final de venta (por cercanía, preferencia de compra en cierto tipo de tiendas, etc.).
- Capacidad de la empresa para distribuir el producto.

Promoción del producto o servicio

-Acto de información, persuasión y comunicación, que incluye varios aspectos de gran importancia, como la publicidad, la promoción de ventas, las marcas e, indirectamente, las etiquetas y el empaque.
-A partir de un adecuado programa de promoción, puede dar a conocer un producto o servicio, incrementar su consumo.

Publicidad

- Periódicos
- Radio
- Volantes

Promoción de ventas

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

- Muestras gratuitas
- Regalos en la compra del producto
- Ofertas de introducción
- Patrocinio

-Marcas { Una marca es un nombre, término, signo, símbolo o diseño, o combinación de todos estos elementos, que identifica los bienes y/o servicios que ofrece una empresa y señala una clara diferencia con los de su competencia.

-Etiqueta { Se le llama etiqueta a las formas impresas que lleva el producto para dar información al cliente acerca de su uso o preparación

-Empaque { El empaque debe ayudar a vender el producto, en particular el que es adquirido directamente por el consumidor final.

Fijación y políticas de precios

- El comprador entrega algo de valor económico al vendedor, a cambio de los bienes y servicios que se le ofrecen. La cantidad de dinero que se paga por los bienes o servicios constituye su precio.
- El precio de un producto o servicio es una variable relacionada con los otros tres elementos de la mezcla de marketing: plaza, publicidad y producto
- El margen puede negociarse con el intermediario, considere el porcentaje de ganancia que acostumbra percibir por la venta del producto o servicio.

Bibliografía:

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/9c1de7643f7fd562978e560f870eabcb.pdf>