

PRONÓSTICOS, SEGMENTACIÓN Y ANÁLISIS DE CLIENTES Y

Amairani B Pérez Gómez
Maestría en Administración

PROVEEDORES

PRONÓSTICOS

Pronosticar es realizar un enunciado sobre el valor futuro de una variable de interés, fundamentado ya sea por el análisis de datos históricos disponibles

UTILIZAN LOS PRONÓSTICOS COMO PREMISAS PARA DEFINIR SUS METAS

LOS MÉTODOS DE PRONÓSTICOS CUALITATIVOS SE UTILIZAN CUANDO NO SE CUENTA CON DATOS HISTÓRICOS A LA MANO Y PARA REALIZAR GENERALMENTE PRONÓSTICOS DE LARGO PLAZO.

CUANDO SE TIENEN DATOS HISTÓRICOS, LOS MÉTODOS DE PRONÓSTICOS MÁS FRECUENTEMENTE UTILIZADOS SON LOS CUANTITATIVOS.

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

responde a la necesidad de conocer en profundidad y con precisión el perfil de determinados tipos de individuos (ya sean compradores actuales o futuros, consumidores o usuarios actuales o futuros, o individuos con ciertos hábitos, preferencias, con objeto de planificar las acciones de Marketing de un producto o servicio, durante un período de tiempo predeterminado.

LA DIVISIÓN DEL MISMO EN GRUPOS DE COMPORTAMIENTO MÁS O MENOS HOMOGÉNEO, ATENDIENDO SIEMPRE, COMO ES LÓGICO, A SU CONDUCTA COMPRADORA.

NACE DE LA NECESIDAD DE DIVIDIR LA POBLACIÓN TOTAL, SIEMPRE HETEROGÉNEA, EN UN CIERTO NÚMERO DE GRUPOS HOMOGÉNEOS

LA SEGMENTACIÓN NO SE LIMITA EXCLUSIVAMENTE A SER UNA TÉCNICA ESTADÍSTICA, SINO QUE ES UNA DE LAS CLAVES DE LOS ASPECTOS ESTRATÉGICOS DEL MARKETING.

ANÁLISIS DE CLIENTES Y PROVEEDORES

Debe tener como criterio principal, la capacidad del proveedor para mejorar y trabajar bajo políticas de cofabricación, sin prescindir de las características valoradas tradicionalmente como la calidad, el servicio, el precio y los planes de pago.

CONCIBEN EL APROVISIONAMIENTO COMO UNA FUNCIÓN INTEGRAL QUE FORMA PARTE DE UN CONCEPTO MÁS AMPLIO LLAMADO PROCUREMENT

LA SELECCIÓN DE PROVEEDORES COMO DECISIÓN ESTRATÉGICA Y PILAR FUNDAMENTAL DEL ENFOQUE COMPETITIVO EMPRESARIAL

PARTICIPACIÓN DEL PROVEEDOR EN EL DISEÑO DE NUEVOS PRODUCTOS Y PROCESOS, LA PROMOCIÓN DE PROGRAMAS DE ENTRENAMIENTO PARA LOS PROVEEDORES, LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO,