



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

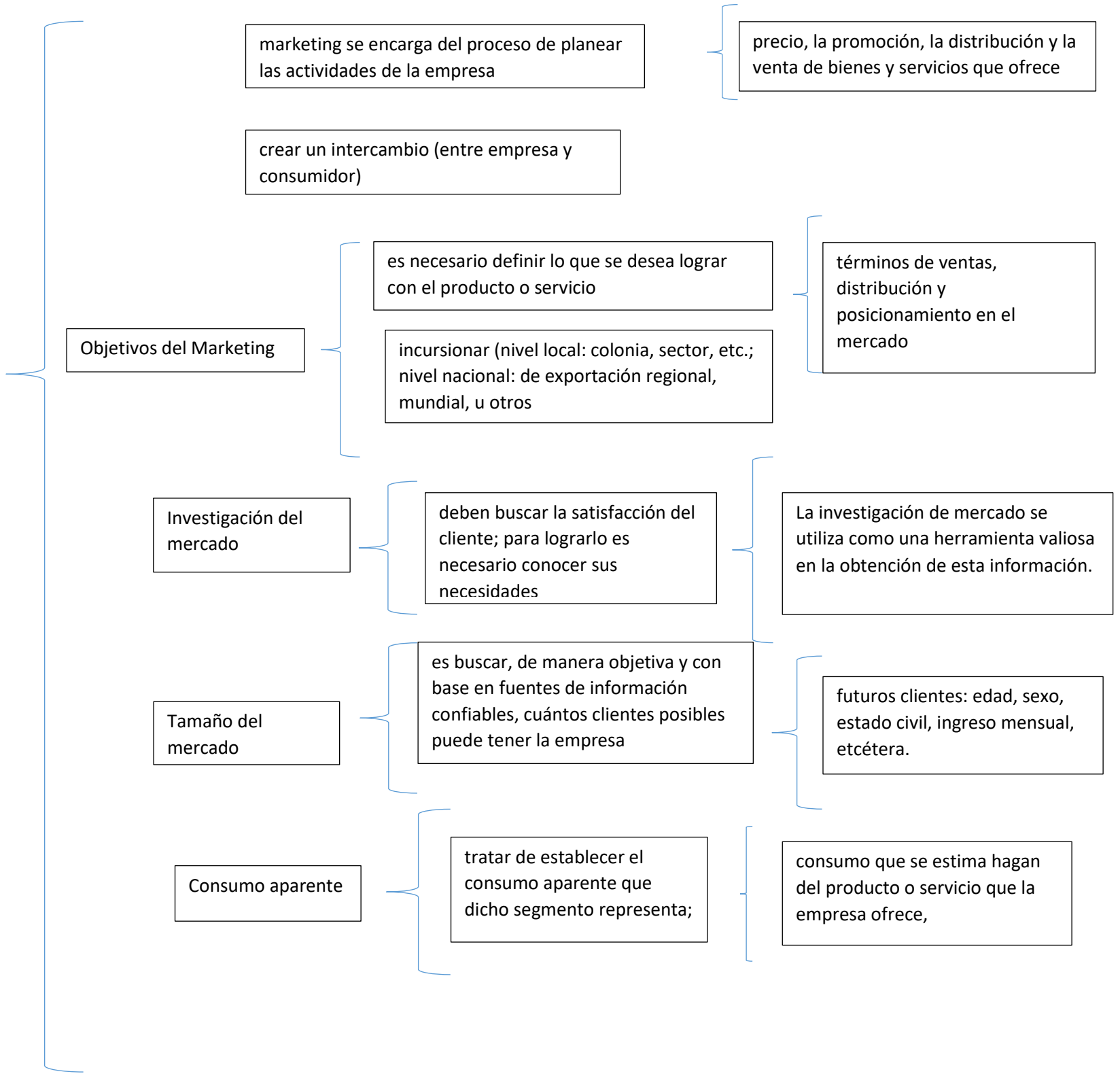
CAMPUS COMITÁN

LICENCIATURA EN MEDICINA HUMANA

ALUMNO(A): GUADALUPE DEL CARMEN COELLO SALGADO

UNIDAD III IMPLANTACIÓN DEL
MODELO DE NEGOCIO

El mercado



Estudio del mercado

Demanda potencial

cuenta con un cálculo del consumo aparente (actual) del mercado

determinar el consumo potencial del producto o servicio de la

Objetivo del estudio de mercado

conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el

opinión sobre el producto, precio que está dispuesto a

debe definir el producto o servicio que planea ofrecer,

Una vez que se define el producto o servicio

determine la información que desea obtener a través del estudio de mercado

Encuesta tipo

La encuesta de mercado que se pretende aplicar debe ser cuidadosamente planeada

se quieren conocer respecto al mercado potencial de la empresa

Aplicación de la encuesta

No basta con diseñar el instrumento (encuesta)

la información que obtendrá sea válida para los fines perseguidos

recomendable evaluar si la encuesta está bien diseñada

detectarán preguntas mal redactadas o confusas

Resultados obtenidos

ay que tabularla y referirla a la población total de clientes

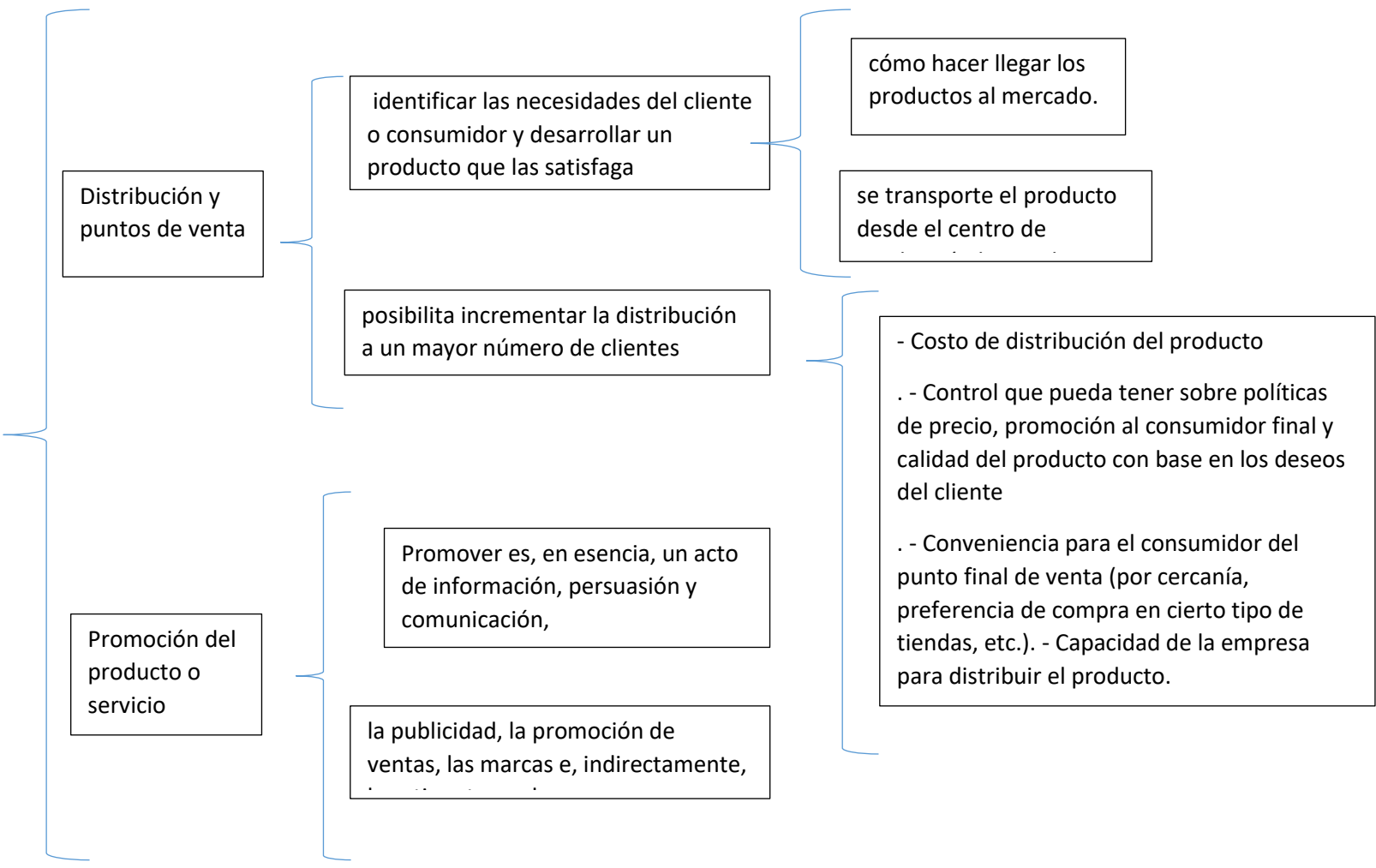
para obtener conclusiones válidas y confiables respecto a la factibilidad de mercado del producto o servicio

Conclusiones del estudio
 .. .

La conclusión del estudio de mercado es la interpretación de los datos obtenidos

la empresa para obtener una imagen lo más clara posible de las ventas que la empresa logrará,

Las 4 P's



Publicidad

es una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta;

- Animar a los posibles compradores a buscar el producto o servicio que se les ofrece
- Ganar la preferencia del cliente.

Periódicos.

los anuncios en este medio llegan a personas de prácticamente todos los estratos económicos.

Radio.

Es accesible a todo lo largo y ancho de los países (la mayoría de los hogares y de los vehículos de transporte poseen radios

Volantes

Son distribuidos por los dueños o empleados de la empresa, de puerta en puerta, en colonias o en puntos de reunión

Promoción de ventas

elemento que causa un gran impacto en el mercado meta

debe llevarse a cabo para que el cliente ubique al producto o servicio de la empresa en el mercado,

Marcas

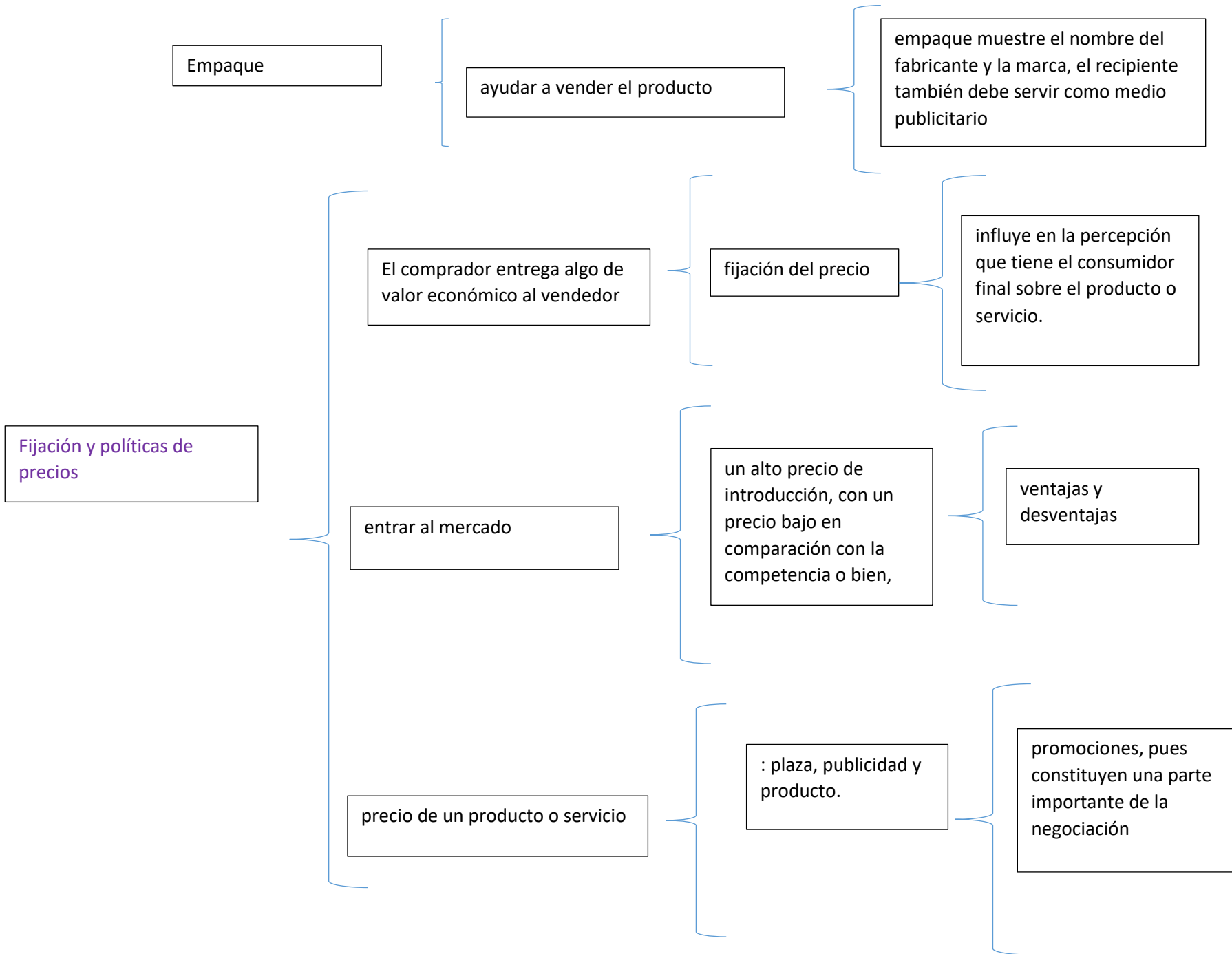
Una marca es un nombre, término, signo, símbolo o diseño, o combinación de todos estos elementos

Con el logotipo (figura o símbolo específico y original) y el eslogan (frase o grupo de palabras, también originales, que representan la imagen de la empresa o su producto)

Etiqueta

que lleva el producto para dar información al cliente acerca de su uso o preparación.

la imagen que el consumidor se haga del producto.



BIBLIOGRAFIA

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/231554f6de30ef0a13b17fe246471481.pdf>