

UDS

Mi Universidad



SUPER NOTA

DAYANNE VAZQUEZ OLIVO.

TALLER DE EMPRENDEDOR.

3ER PARCIAL.

ESTUDIO DE MERCADO.

MVZ. MARIA DE LOURDES DOMÍNGUEZ

FIGUEROA.

LICENCIATURA EN MEDICINA VETERINARIA Y

ZOOTECNIA.

9NO CUATRIMESTRE.

**TAPACHULA CHIAPAS, SABADO 11 DE JUNIO
2023.**



ESTUDIO DE MERCADO

¿QUE ES?



ES EL PROCESO MEDIANTE EL CUAL REALIZAMOS LA RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN QUE SIRVE PARA IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DE UN MERCADO Y COMPRENDER CÓMO FUNCIONA..

ESTE TIPO DE ESTUDIO ES ESPECIALMENTE ÚTIL PARA ANALIZAR ASPECTOS COMO HÁBITOS DE CONSUMO REGIÓN DE OPERACIÓN, REQUERIMIENTOS DE PRODUCTOS O ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA PARA ASEGURAR EL BUEN DESEMPEÑO DEL NEGOCIO.

¿PARA QUÉ SIRVE?

EL ESTUDIO DE MERCADO NOS PERMITE MANTENER UN CONOCIMIENTO SOBRE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES, LO CUAL NOS AYUDA A REDUCIR LOS RIESGOS Y COMPRENDER MEJOR EL ENTORNO DE NUESTRA FUTURA EMPRESA AL TOMAR LAS DECISIONES ADECUADAS, PERO DEBEMOS MANTENERNOS EN CONSTANTE ACTUALIZACIÓN DE ESTA MANERA GENERAMOS CLIENTES Y MÁS BENEFICIOS.



VENTAJAS.

- ES VITAL PARA PODER PREDECIR LOS RIESGOS POTENCIALES DEL NEGOCIO.
- SE OBTIENE INFORMACIÓN Y SE REALIZA UN ANÁLISIS DE COMPETENCIA
- NOS PERMITE LANZAR CAMPAÑAS DE MARKETING DISEÑADAS ESPECÍFICAMENTE PARA EL PÚBLICO OBJETIVO E IMPULSAR LAS VENTAS.

¿Es complicado de realizar?

NO, EN REALIDAD LA MAYORÍA LO HA HECHO SIN SABERLO; RECOPILANDO INFORMACIÓN EN INTERNET, APRENDIENDO SOBRE LA COMPETENCIA, SOBRE LAS PERSONAS CON LAS QUE PRETENDEN TRABAJAR, O CONSIDERANDO CÓMO DAR A CONOCER SU PRODUCTO O SERVICIO.

PARA REALIZAR EL ESTUDIO DE MERCADO SE NECESITA:

- SABER LOS COMPORTAMIENTOS DE NUESTROS CLIENTES.
- LAS MOTIVACIONES DEL CLIENTE.
- EL VALOR QUE SE LE DARA LA MARCA.
- SEGMENTACIÓN DE CLIENTES.
- USOS Y HABITOS DEL CONSUMIDOR.
- EXPLORACIÓN DE EXPECTATIVAS. (ENCUESTAS)

ESTO NOS PERMITE GENERAR UN MAYOR CONOCIMIENTO Y TENER OBJETIVOS CLAROS PARA TENER Y BRINDAR BUENOS SERVICIOS.

METODOS

- PUEDEN SER REALIZADO POR UN ESTUDIO CUALITATIVO O CON UN ESTUDIO CUANTITATIVO.

EN LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA SE UTILIZAN DIVERSOS MÉTODOS PARA RECOLECTAR INFORMACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO A TRAVÉS DE FUENTES TALES COMO ENCUESTAS, SONDEOS Y CUESTIONARIOS.

EN LA INVESTIGACION CUALITATIVA SE REALIZA UN ESTUDIO DE MERCADO BASADO EN LA CONVERSACIÓN EN LA QUE SE IMPLEMENTAN MEDIOS COMO GRUPOS FOCALES, ENTREVISTAS EN LÍNEA, OBSERVACIÓN, ETC., PARA EVALUAR ASPECTOS MÁS SUBJETIVOS COMO LA LEALTAD Y COMPARABILIDAD DE LA MARCA, ANÁLISIS DE PRECIOS PARA DIVERSOS PRODUCTOS Y OTROS FACTORES SIMILARES.



CÓMO REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADO



DEFINE TU OBJETIVO



DISEÑA TU INVESTIGACIÓN



RECOPILA INFORMACIÓN



ANALIZA



CREA UN PLAN DE ACCIÓN