Cuadro sinóptico

Nombre del Alumno: Jordi Arturo Maldonado Robledo

Tema: Aspectos mercadológicos

Parcial: 1

Materia: Desarrollo de pequeñas y medianas empresas

Nombre del Profesor: Icel Bernardo Lepe Arriaga

Licenciatura: Administración de Empresas.

ASPECTOS MERCADOLOGICOS

Investigación de mercados

La investigación de mercados es el proceso mediante el cual las empresas buscan hacer una recolección de datos de manera sistemática para poder tomar mejores decisiones.

Objetivo de la investigación de mercado

-Proporcionar información que ayude a comprender el mercado y el entorno.

-Identificar problemas y oportunidades.

-Desarrollar y evaluar cursos de acción alternativos.

Estrategias de mercado

Es un plan de acciones de la empresa para llegar a los posibles consumidores y convertirlos en clientes de sus productos o servicios.

Tipos de estrategias de mercado

- Segmentación.
- Relación con la competencia.
- Posicionamiento de marca.
- Penetración en el mercado.
- Cartera o de eliminación de productos.
- Marketing digital.
- Marketing de contenidos.
- Fidelización.

Producto

Es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Los productos no solo son bienes tangibles.

Componentes del producto

- Calidad del producto
- Características del producto
- Estilo y diseño del producto

Precio

Los costos totales son la suma de los costos fijos y variables para cualquier determinado de producción.

Costos fijos

Los costos fijos son aquellos que son necesarios para el funcionamiento de tu negocio, es decir, aquellos que no puedes dejar de cubrir independientemente del nivel de tus ventas. Ejemplo: nómina del personal, seguros, renta del local y servicios como internet, luz, gas y agua.

Costos variables

Se relacionan directamente con las ventas de tu restaurante o cafetería. Por ejemplo, mano de obra, insumos, mantenimiento, muebles y materia prima. Esto significa que entre más productos vendas, más elementos utilizarás para atender las necesidades de tus comensales.

Ventas

Conjunto de actividades que realiza una empresa para llevar a los clientes a comprar su producto.