

UDS MI UNIVERSIDAD



Nombre del profesor :Ivan Alexis Rivas albores

Nombre de la alumna :norma morales velazquez

materia :plan de negocios Unidad :II

Licenciatura :contaduría pública y finanzas

Cuatrimestre :7 Fecha : 15/10/24

Bibliografía :antología uds



UNIDAD II

ANALISIS DE MERCADO

➤ Unos de los principales objetivos es evaluar el mercado y el panorama de la competencia de las empresas

MERCADO POTENCIAL

➤ Unos de los principales objetivos es que está compuesta por toda las personas y aquellas instituciones que están interesadas en algún producto y se conviertan en compradores de mayoreo o clientes frecuentes

MERCADO META

➤ Principalmente son consumidores y forman parte de un mercado real y estos se agrupan en 5 grupos de mercado (primarios, secundario, horizontal, vertical y fragmentado)

PRECIO

➤ Es un concepto que no es facil de definir y se ocupa de varios factores para que uno le ponga el precio al producto ahí que tomar en cuenta que los compradores puedan pagar ese producto y también que uno como empresario debe valorar el esfuerzo de los empleados y ponerle un precio justo.

ESTRATEGIAS DE INTRODUCCION AL MERCADO

➤ El ciclo de vida del producto es la introducción al mercado, la venta siempre empieza un poco lenta pero lo importante es como despegar el producto y las ventas se eleven, podemos utilizar como muestras, promociones y sobre todo las redes para promocionar el producto y que las personas vean que lo necesitan y lo ocupan y lo mejor de toda darlo aún buen precio y para que las personas puedan adquirirlo