



Mapa Conceptual.

Nombre del Alumno: Alexa Gabriela Rodríguez Galindo.

Nombre del tema: Implementación del modelo de negocios.

Parcial: 3ª unidad.

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor.

Nombre del profesor: Gladis Adilene.

Nombre de la Licenciatura: Administración y estrategia de negocios.

Cuatrimestre: 9º cuatrimestre.

Implantación del modelo de negocios

El mercado: el marketing se encarga del proceso de plantear las actividades de la empresa en relación con el precio, promoción, la distinción y la venta de bienes y servicio que ofrece.

Objetivos del marketing

Dentro de los objetivos del área de marketing es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado

Investigación del mercado

Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse.

Plazos

1. A corto plazo
2. A mediano plazo
3. A largo plazo

Tamaño del mercado

Se trata de buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiable, cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes: edad, sexo, estado civil, ingreso mensual, etc.

Consumo aparente

Se trata de establecer el consumo aparente que dicho segmento representa; esto se hace identificando el número de clientes potenciales, así como del consumo que se estima hacer del producto o servicio que la empresa ofrece, con base a sus hábitos de compra

Demanda potencial

Si cuenta con un cálculo del consumo aparente (actual) del mercado, le será fácil determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa, simplemente proyecte el crecimiento promedio del mercado en el corto y largo plazo

Estudio del mercado

El estudio de mercado es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.

Objetivo del estudio de mercado

Es necesario conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio

Encuesta tipo

La encuesta de mercado que se pretende aplicar debe ser cuidadosamente planeada. Es muy importante que los datos que se quieren conocer respecto al mercado potencial de la empresa se traduzcan a preguntas claras, concretas, que no impliquen cálculos complicados, sean breves y arrojen la información que busca.

Aplicación de la encuesta

No basta con diseñar el instrumento (encuesta) adecuado, sino que también resulta necesario aplicarlo en la forma correcta para asegurar que la información que obtendrá sea válida para los fines perseguidos. Por esto se necesita determinar cómo, dónde y cuándo se va a realizar, además de quién la aplicará.

Resultados obtenidos

Una vez que aplicó la encuesta y obtuvo la información requerida, hay que tabularla y referirla a la población total de clientes potenciales para obtener conclusiones válidas y confiables respecto a la factibilidad de mercado del producto o servicio de la empresa, así como de la información concerniente a las preferencias del posible consumidor.

Conclusiones del estudio realizado

La conclusión del estudio de mercado es la interpretación de los datos obtenidos, proyectada a condiciones potenciales de desarrollo de la empresa para obtener una imagen lo más clara posible de las ventas que la empresa logrará.

Análisis FODA

Es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto, es decir es un diagnóstico que facilitará la toma de decisiones.