



Daniela Monsserrat Jiménez Palacios

Profesora: Gladis Adilene Hernández López

9 ° Cuatrimestre

Unidad 1

Taller del emprendedor

Implementación del modelo de negocios

El mercado

El marketing se encarga del proceso de plantear las actividades de la empresa en relación con el precio la promoción la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece así como la definición de productos servicio con base en las preferencias del consumidor de forma tal que permitan crear un intercambio entre empresas y consumidor que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización.

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 se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se presenta en incursionar nivel local, Colonial, sector, etc. A nivel nacional de apertura regional mundial u otros así como el tiempo en el cual se planean lograr los objetivos de estos dependerá los plazos esperados.

Plazo

- A corto plazo
- A mediano plazo
- A largo plazo

Investigación del mercado las decisiones que se toman 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 satisfacer la investigación de mercados se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

Tamaño del mercado

El siguiente paso del plan de negocios es buscar de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quienes son para ellos se requiere obtener algunos detalles de los futuros clientes, edad, sexo, estato civil, ingresos mensual, etc. Es decir se debe establecer el segmento de mercado donde opera la empresa.

Consumo aparente

Una vez que has definido de mercado debe tratar de establecer el consumo aparente que de hecho segmento representa esto se hace identificado el número de clientes potenciales así como el consumidor que se estima del producto o servicio que la empresa ofrece con base en sus hábitos de compra.

Demanda potencial

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

Estudio del mercado el estudio de mercado es el medio para recuperar registrar y analizar datos en relación con el mercado específica 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 opinión sobre el producto precio que está dispuesto a pagar etc para lo cual se recomienda hacer un estudio de mercado a través de una encuesta o entrevista.

Encuesta tipo

La encuesta de mercado que se pretende aplicar debe ser cuidadosamente planeada es muy importante que los datos que se requieren conocer respecto al mercado potencial de la empresa se traduzca a preguntas claras concretas que no impliquen cálculos complicados sean breves y arrojen información que busca por tal motivo es conveniente evaluar el mercado a través de la encuesta para obtener información.

Aplicación de la encuesta

No basta con diseñar el instrumento encuesta adecuado sino que también resulte necesario aplicarlo en la forma correcta para asegurar que la información que obtendrá sea valioso para los fines perseguidos por esto se necesita determinar cómo dónde cuándo se va a realizar además quien la aplicará.

Resultados obtenidos una vez que aplicó la encuesta ya obtuvo la información requerida de qué tabularla Y referirla a la población total de clientes potenciales para obtener conclusiones válidas y confiables respecto a la facilidad de mercado de productos servicio de la empresa así como de la información con sirviendo a los a las preferencias del posible consumidor.

Implementación del modelo de negocios

Conclusiones del estudio realizado

La conclusión del estudio de mercado es su interpretación de los datos obtenidos proyectada condiciones potenciales de desarrollo de la empresa para tener una imagen lo más clara posible de las ventas que la empresa logrará el sistema de comercialización plan de ventas adecuado y de la mezcla de marketing ideal para realizar el plan.

Objetivo del estudio de mercado

El análisis foda Es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto es decir un diagnóstico de facilita la toma de decisiones una foto por las iniciales de su cuatro componentes fortalece debilidades ambas directamente relacionadas con el proyecto y son de tipo interno es decir bajo el control del emprendedor para aprovecharse en lo complementario oportunidades y amenazas variables externas difíciles de modificar pero predecibles y por lo tanto que hasta cierto punto se pueden prevenir o aprovechar.

bibliografía: antología