

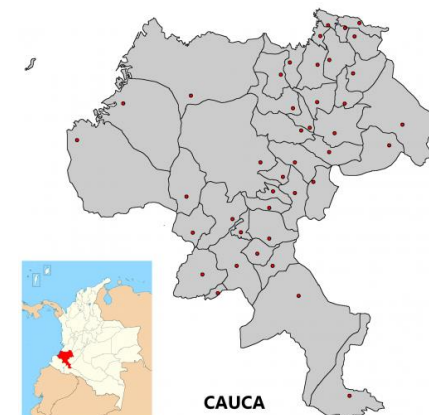
ESTUDIO DE MERCADO

MONICA COLLAZOS BENAVIDES



INVESTIGACION DE MERCADOS

- ▶ **Análisis del Sector.** Describir el desarrollo económico, tecnológico e industrial del sector; comportamiento
- ▶ del sector en los últimos años, su evolución y tendencia prevista a corto, mediano y largo plazo.
- ▶ **Mercado Consumidor.** Definir segmento y mercado objetivo, grado de aceptación, hábitos y costumbres de los clientes, al igual que sus aspectos demográficos
- ▶ **Mercado Competidor.** Quienes son, localización, precios, tecnología, talento humano, infraestructura, etc.
- ▶ **Mercado Proveedor.** Quienes son, precios, facilidades de pago, oportunidad (calidad, tiempo, lugar).



ESTRATEGIAS DE MERCADEO

- **PRODUCTO.** Es el medio a través del cual se pueden satisfacer las necesidades del consumidor, es el paquete total de beneficios que el consumidor recibe cuando compra Bienes o Servicios.



ESTRATEGIAS DE MERCADEO

- **PRECIOS.** Es el valor, la cantidad de dinero que se cobra y que esta dispuesto a pagar el cliente por un bien o servicio que satisfaga su necesidad, el cual permite una utilidad para la empresa.

- **DISTRIBUCIÓN (PLAZA).** intermediarios a través de los cuales el producto llegará a los consumidores, Un Canal de Distribución es un conjunto de unidades organizadas (tales como fabricantes, mayoristas y minoristas) quienes llevan un producto (bien o servicio) desde un vendedor a un consumidor.



ESTRATEGIAS DE MERCADEO

- ▶ **PROMOCION (COMUNICACIÓN).** Es la forma como se va dar a conocer el Producto; la Comunicación e Información del producto. Cuyo objetivo es:
- ▶ “Posicionar el Bien / servicio en la Mente del Consumidor”. Para Aumentar las Ventas influyendo en las diferentes motivaciones al comprar.
- ▶ Publicidad-descuentos

