



GESTION DE NEGOCIOS

Análisis de Mercado y
Atención al Cliente

Ago.' 2007

B U S I N E S S P R O J E C T



El Emprendedor

- Capacidad de asociación
- Capacidad de mando
- Visión
- Generación de Ideas
- Capacidad de asumir riesgos
- Capacidad de medir el riesgo
- Capacidad de autocrítica
- Independencia

El Emprendedor

- Capacidad de entender los procedimientos legales, crediticios y financieros que se presenten.
- Capacidad de innovar y responder ante la adversidad.
- Lo importante, es hacer valorar tu trabajo, y hacer valerte como persona como ser intelectual y humano.
- Muy importante: Inteligencia y capacidad de análisis.....

¿Que es un emprendedor?

- Es un individuo que es capaz de acometer un proyecto que es rechazado por la mayoría.
- Interpretar las características reales del entorno a pesar de que no son aparentes a su competencia.
- Es capaz de luchar ante cualquier inconveniente que se le atraviesa a su estrategia y no le teme al fracaso.
- Además, es capaz de crear un grupo con motivación que le da la estructura requerida.



ANALISIS DE MERCADO Y ATENCION AL CLIENTE





MERCADO

CLIENTE



NEGOCIO



EMPRESA



**ASPECTOS
TECNICOS**

**PROCESOS
PRODUCTIVOS**

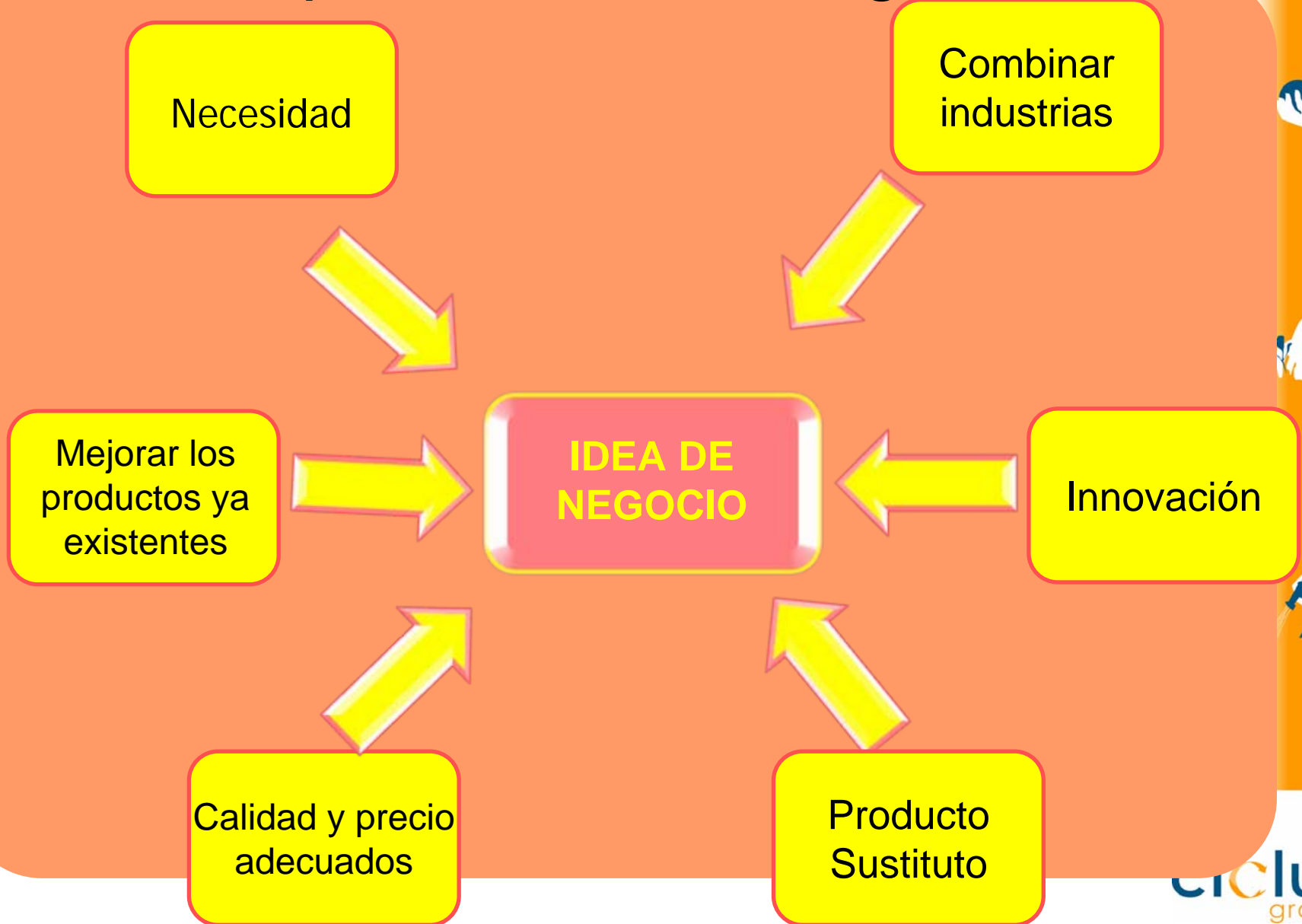


FINANZAS



**INGRESOS
GASTOS
FLUJO DE CAJA**

Oportunidad de Negocio



Empresa

Mercado



OFERTA

	Demanda		

Producto

Estudio de Mercado

Estrategia:
Costos
Diferenciación
Nichos

CLIENTES

Donde esta?
Cuantos son?

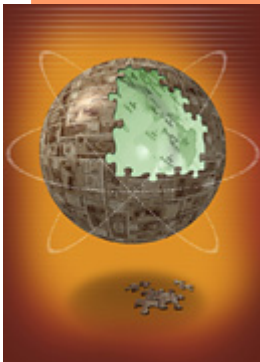
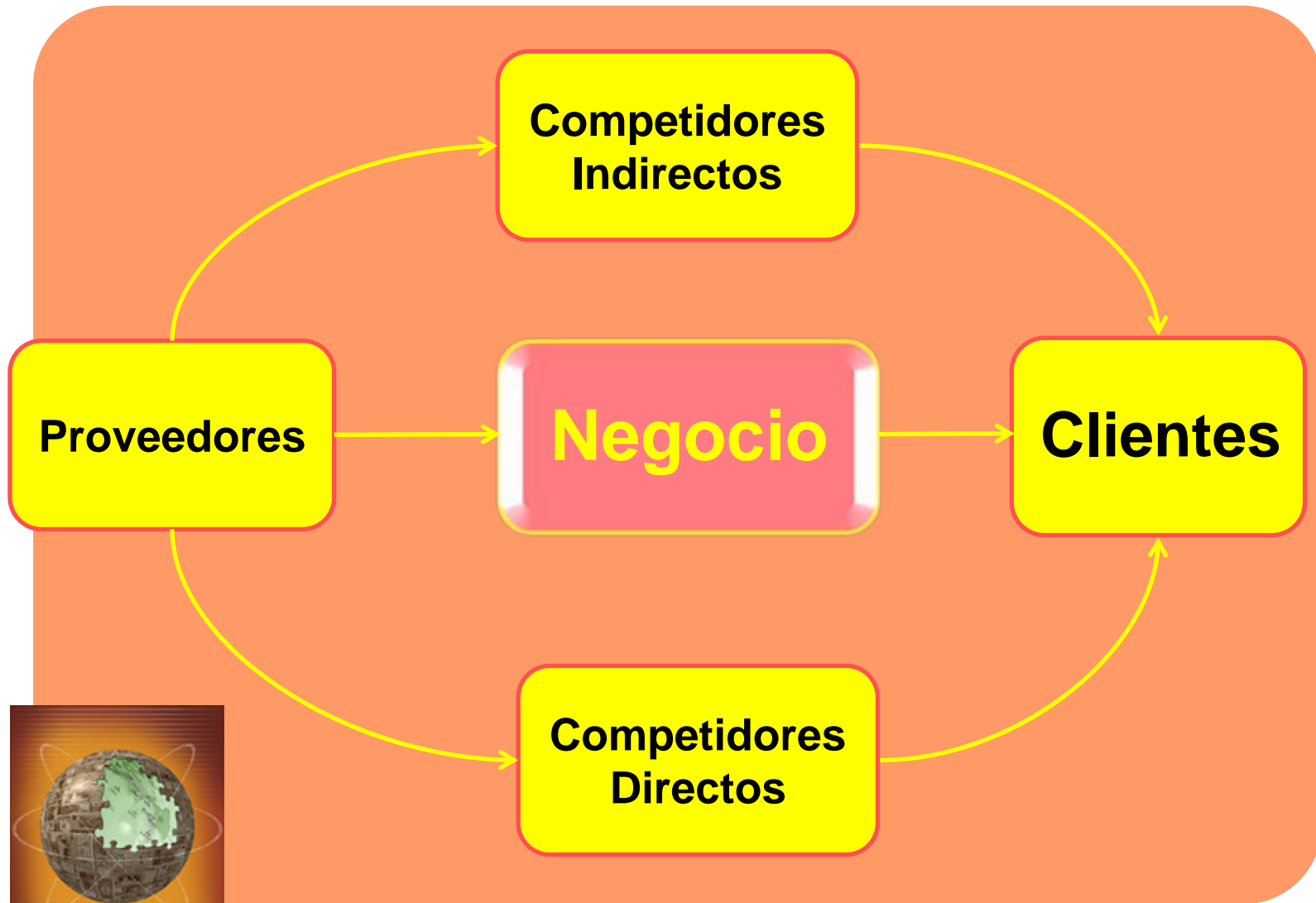
Proveedores

Cadena de Producción

Comercialización



En que sector me desenvuelvo?



ANÁLISIS DE LA DEMANDA

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Amas de casa segmentadas por edad y nivel socioeconómico

< de 30

30 a 40

40 a 50

> de 50

A

B

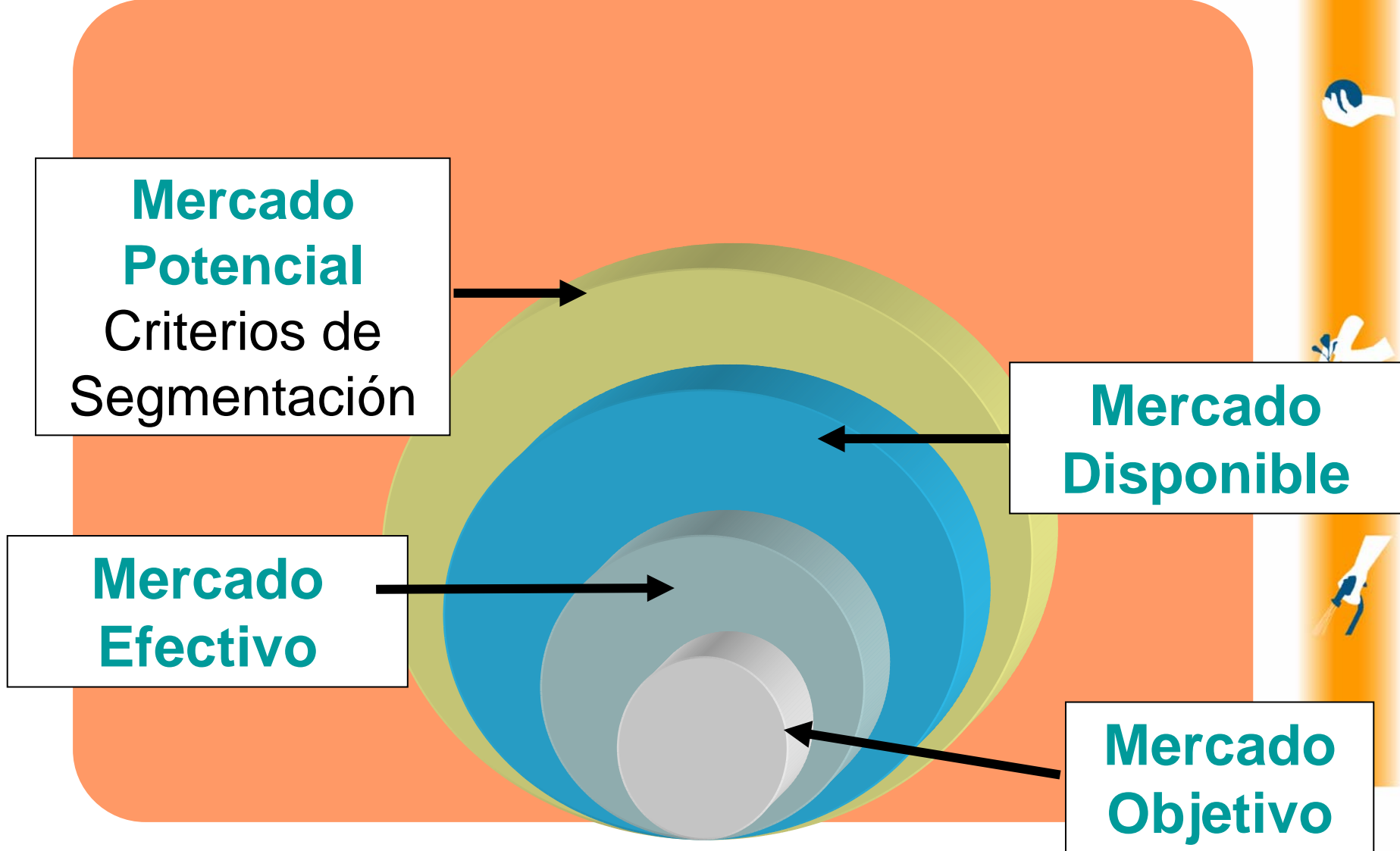
C

D

E



MERCADOS DEL PROYECTO



Mercado Potencial
Criterios de Segmentación

Mercado Disponible

Mercado Efectivo

Mercado Objetivo

ANÁLISIS DE LA OFERTA

- Estructura de Mercado.
- Variables que afectan a la Oferta.
- Competencia Presente.
- Competencia Futura.



ANÁLISIS DEL MERCADO PROVEEDOR

- Criterios de selección del proveedor.
- Análisis de las tendencias de los volúmenes.
- Análisis de las tendencias de los precios.
- Determinación de la abundancia escasez del insumo.



0



ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

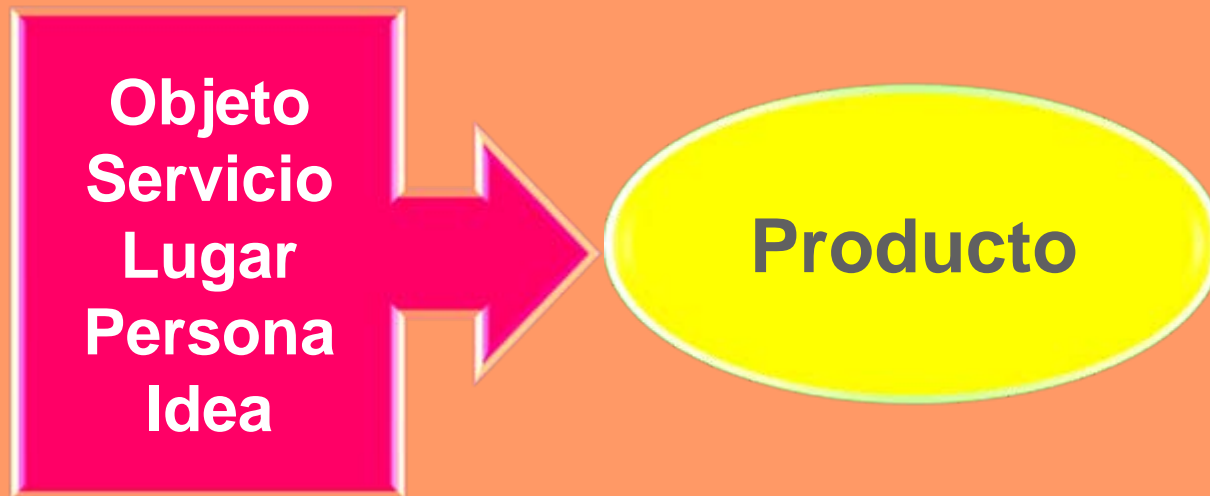
ESTRATEGIA COMERCIAL

- Son una serie de instrumentos tácticos y controlables que el proyecto utiliza para obtener la respuesta del mercado hacia el cual se dirige.



PRODUCTO

Producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles, que incluye entre otras cosas marca, empaque, calidad y servicios.



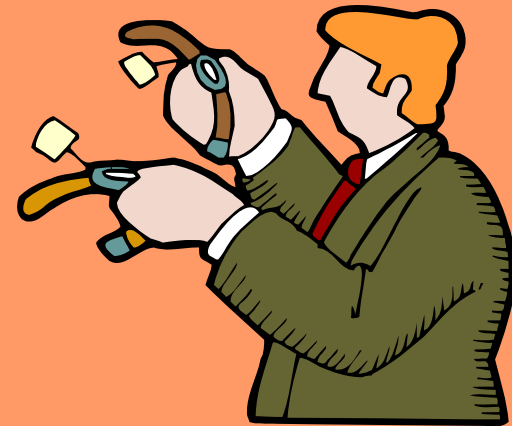
Clasificación de los productos

- Durabilidad y tangibilidad
- Bienes de consumo
- Industriales
- Servicios



Decisiones en relación al producto

- Atributos del producto.
- Marca.
- Empaque.
- Servicios.



PRECIO

Factores que influyen en el precio

Internos	Externos
Objetivos del Precio	Demanda
Costos	Competencia
Otros componentes del mkt mix	Factores Ambientales



Estrategias de descuento

- Descuento por volumen.
- Descuentos por pronto pago.
- Descuento promocional.

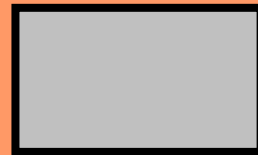
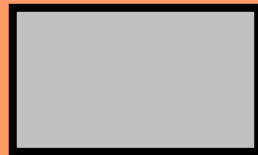
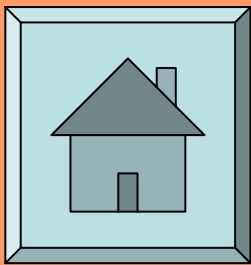


PLAZA

¿Qué es un canal de distribución?

Personas o empresas que intervienen en la transferencia de la propiedad de un producto.

Fabricante



Consumidor



Tipos de intermediarios

Comerciantes

- Compran productos para luego venderlos.
- Pueden ser:
 - Mayoristas.
 - Minoristas.

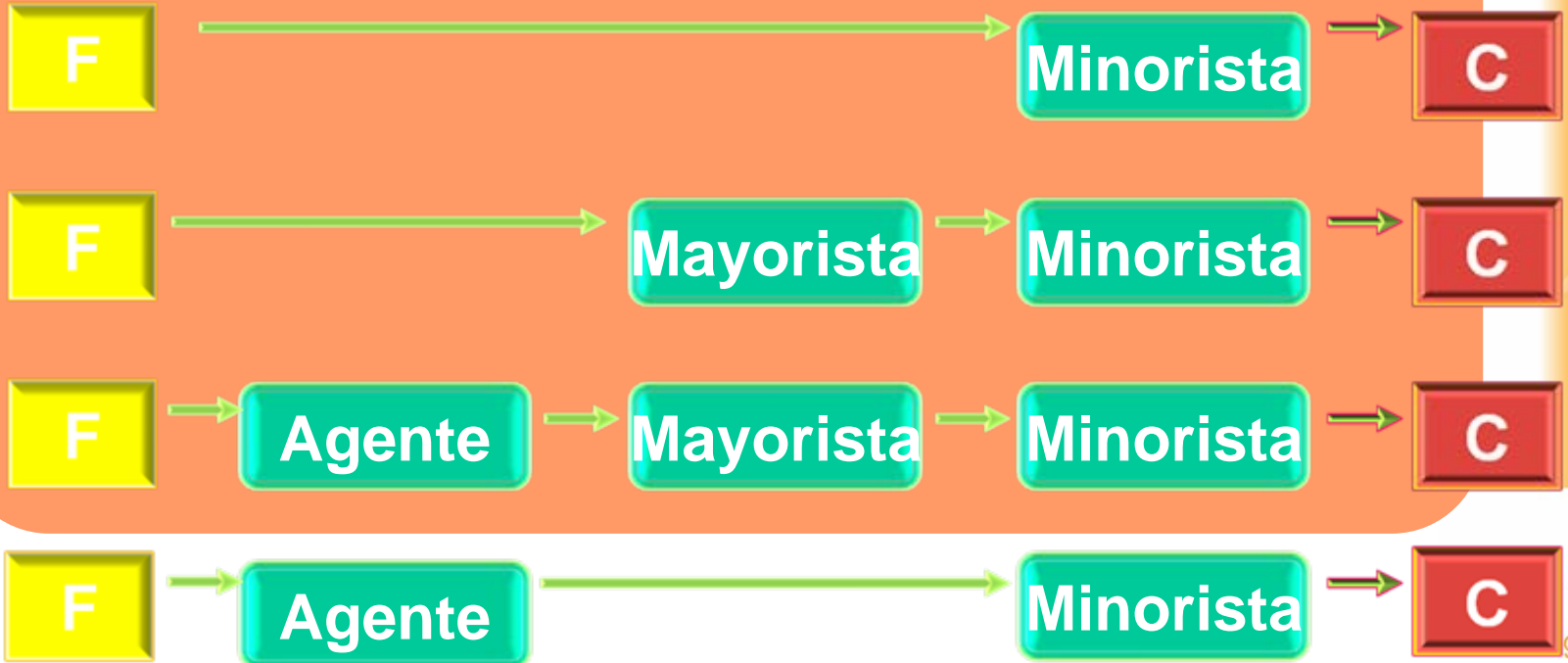
Agentes

- No toman propiedad de los productos.
- Buscan activamente a los clientes.



Selección del tipo de canal

- Distribución directa:
Fabricante vende directamente al consumidor.
- Distribución indirecta:
Por lo menos se usa un nivel de intermediarios.



MEZCLA PROMOCIONAL

Compuesta por cuatro elementos:

- Publicidad.
- Venta personal.
- Promoción de Ventas.
- Publicidad no pagada.

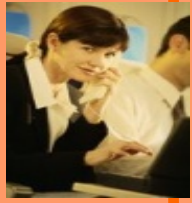
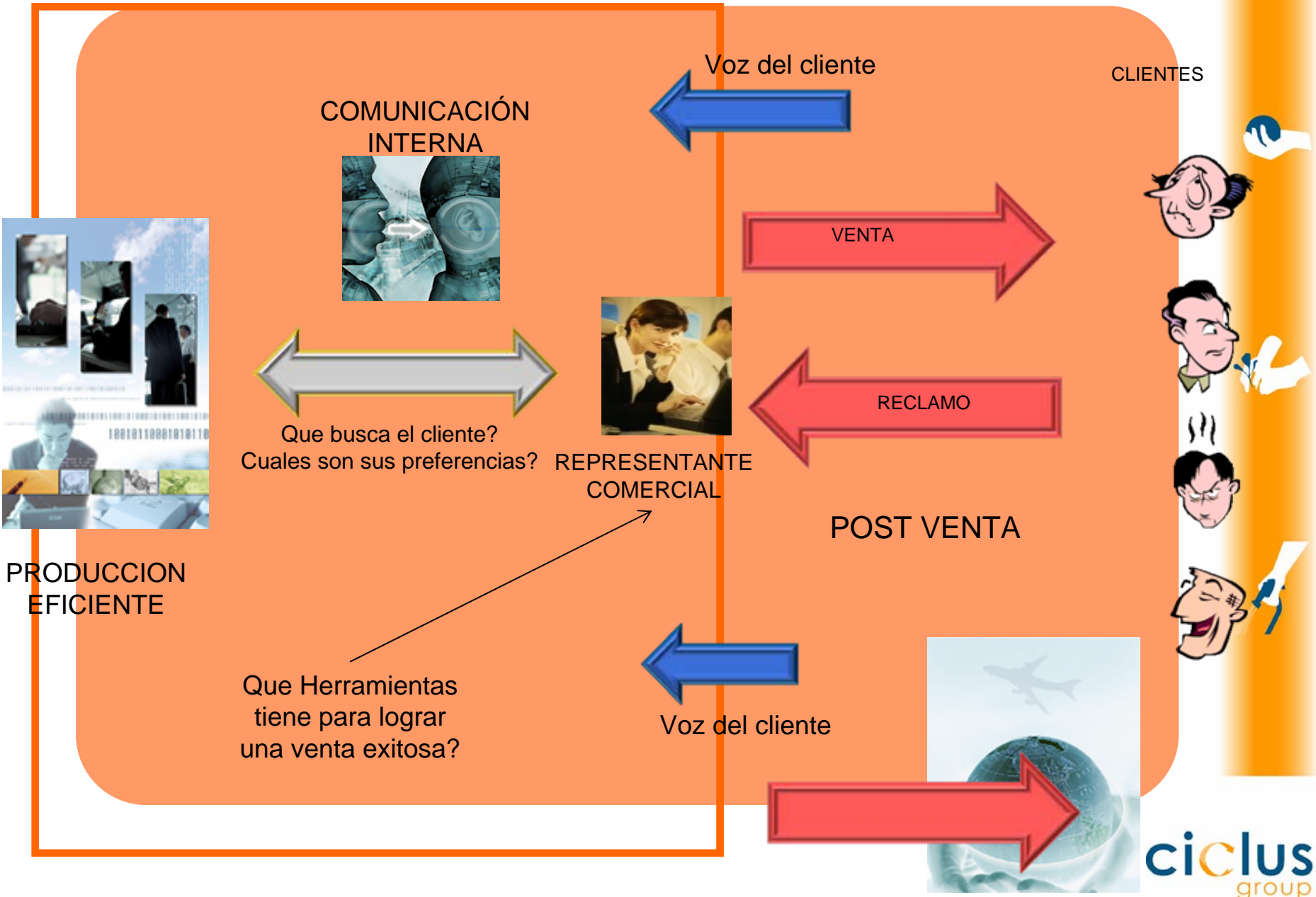


EL CLIENTE

Identificación de Clientes

- Identificación de la Necesidad
- Búsqueda de opciones para satisfacer la necesidad
- Análisis y Evaluación de Opciones
- Decisión de adquisición a través de la selección de la mejor alternativa
- Adquisición , entrega y recepción del producto o servicio
- Uso del producto o recepción del servicio





¿SERVICIO AL
CLIENTE?

=

SATISFACCION
DEL CLIENTE

SATISFACCION
DEL CLIENTE

COMO ESPERA SER TRATADO
(EXPECTATIVAS)

-

COMO CONSIDERA QUE FUE
TRATADO (PERCEPCION)



Entonces....

¿Que pasos debo seguir para mejorar la satisfacción del cliente?

- Superar sus expectativas
- Conocer sus percepciones

INTRODUCIENDO SU VOZ Y OPINION EN LA EMPRESA



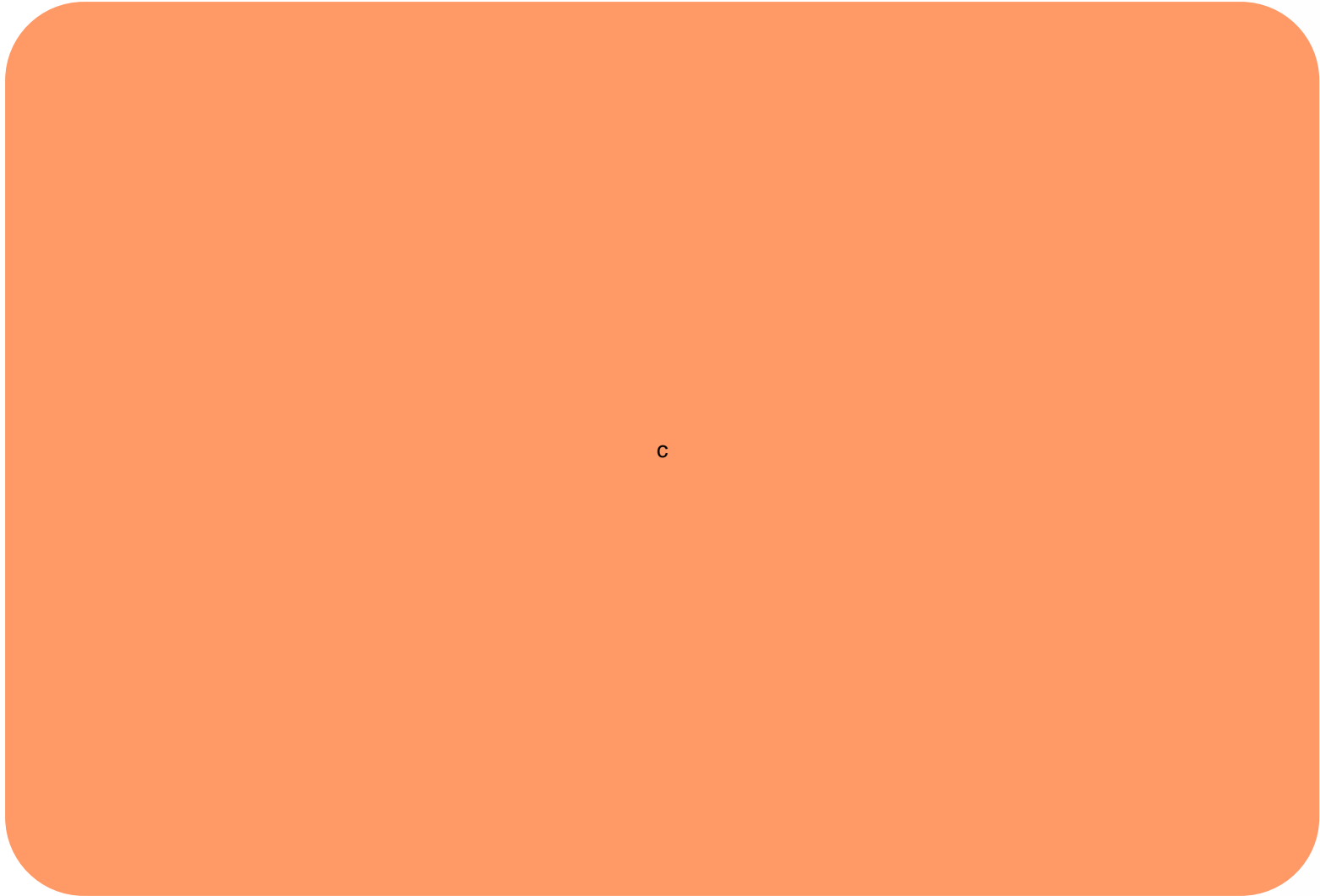
¿Que pasos debo seguir para transformar mi empresa?

1. CONOCER A MI CLIENTE
2. ENCUESTA DE SATISFACCION PERIODICA
3. PROCESOS DE LA EMPRESA ORIENTADOS AL CLIENTE
4. PERSONAL CAPACITADO



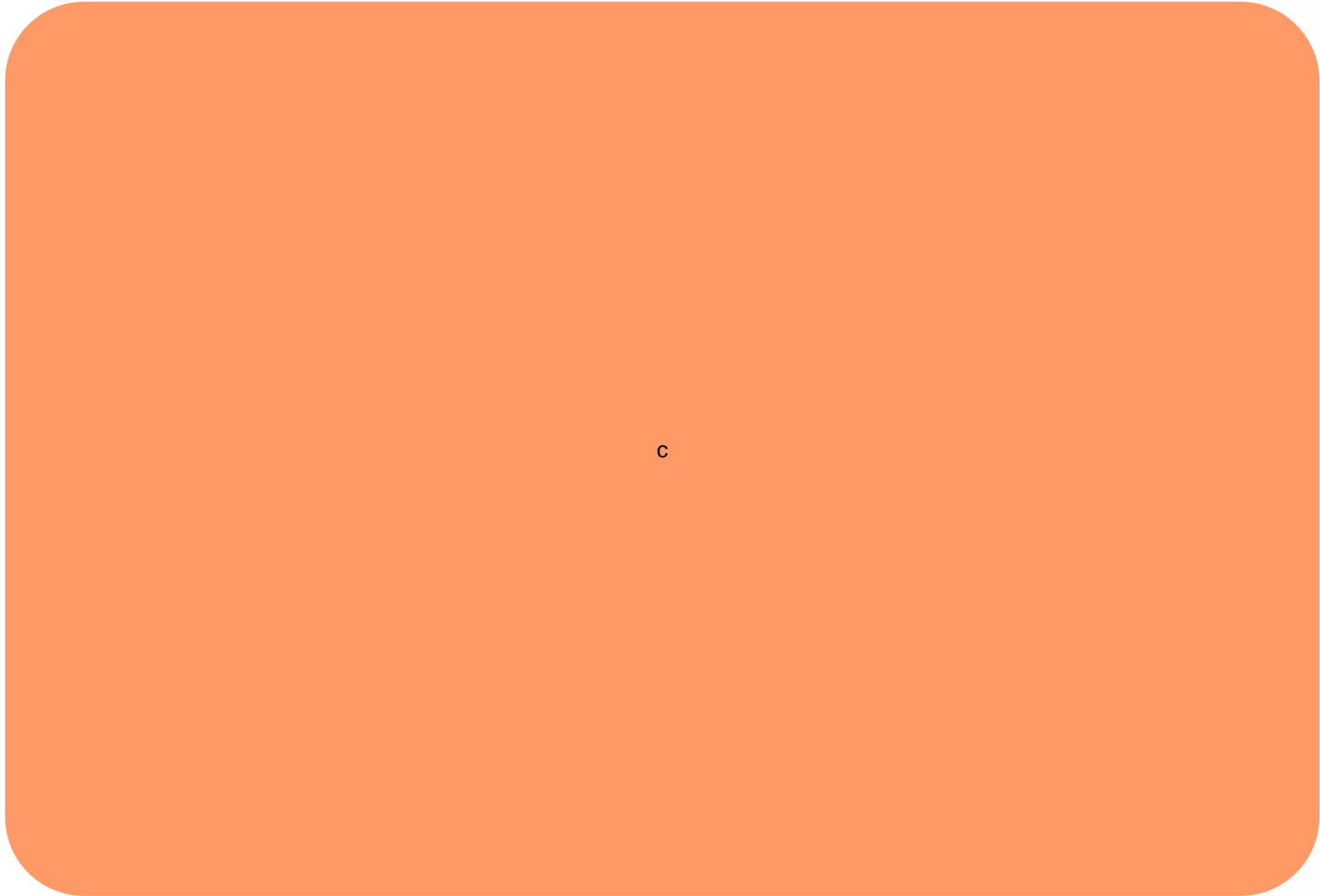
... ESTRATEGIA DE RECLAMOS





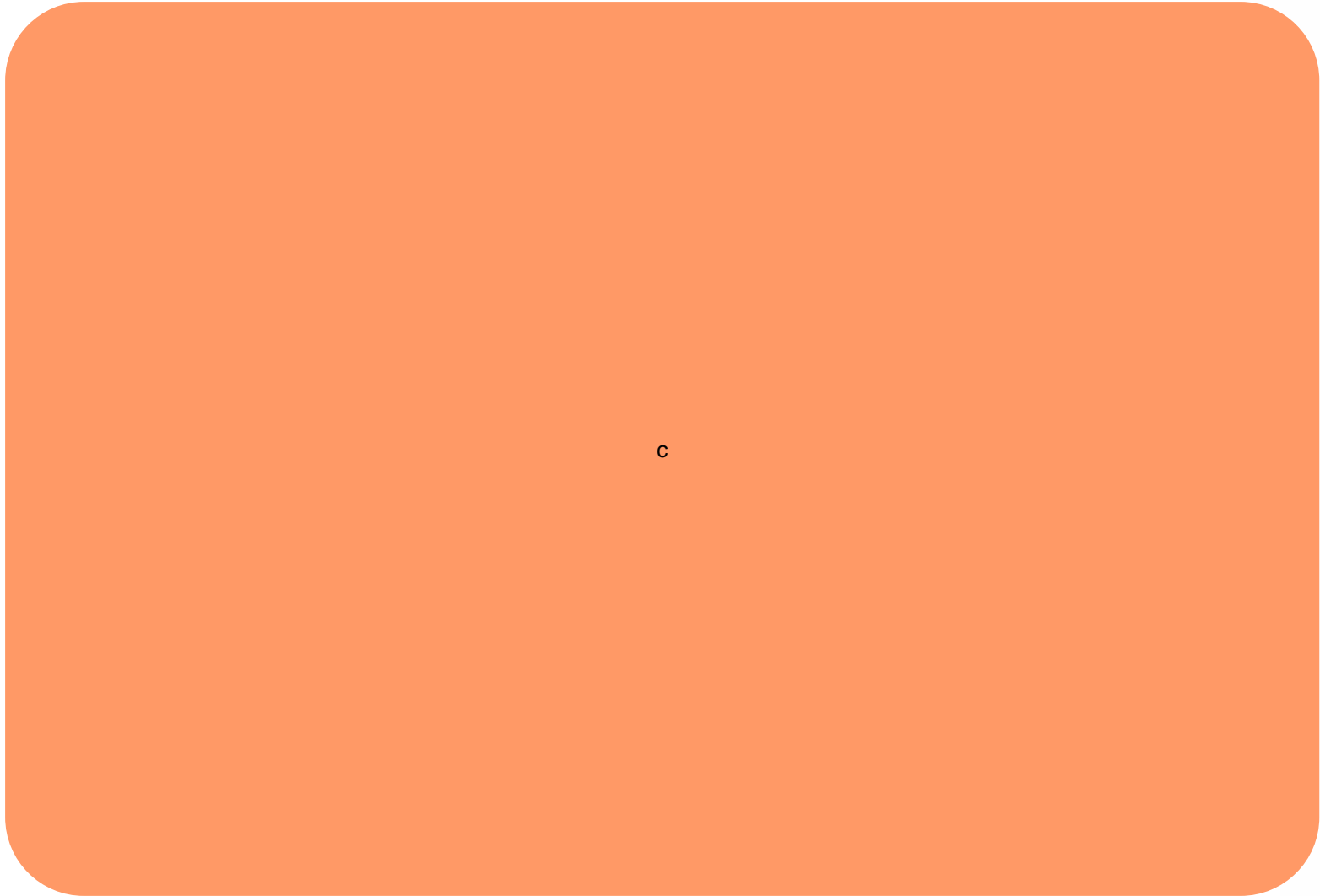
c





c





c







ciclus
group