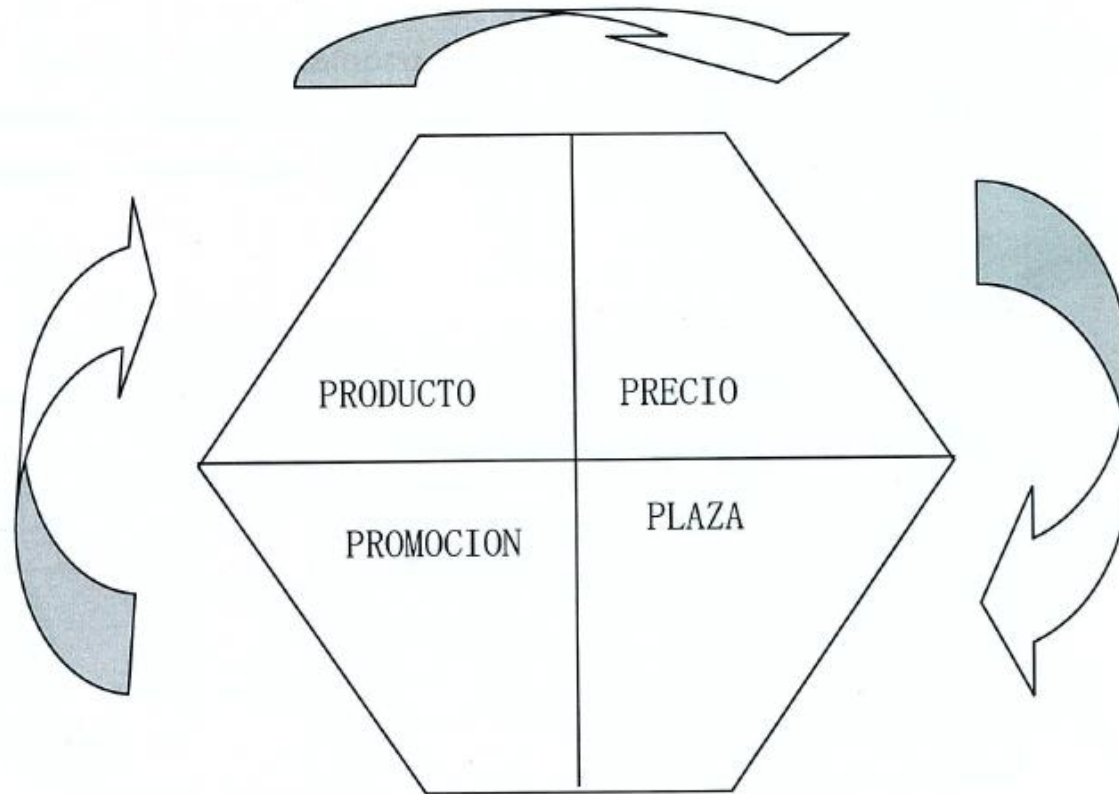


Mercadeo



MANUAL DE EMPESARIO

FUENTE:
IPEC/OIT

1.

UNIDAD

EL CLIENTE Y EL MERCADO

¿EL CLIENTE?

Es la persona quien compra lo que el productor vende, (ya sean productos o servicios). Es el que define el rumbo de los productos o servicios que se deben ofrecer para tener éxito.



Existen dos clases de clientes que son:

CLIENTE ACTUAL:

Es la persona que actualmente compra nuestros productos o paga por nuestros servicios.

CLIENTE POTENCIAL:

Es aquella persona que en el futuro puede ser nuestro cliente.

QUE BUSCA EL CLIENTE EN NUESTROS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS:

Todo cliente tiene un motivo para comprar algo, derivado de alguna necesidad o deseo de tener algo:

DESEO


Es una aspiración de tener Algo, que puede no ser Necesario o indispensable



NECESIDAD

Es "la falta de algo" y hay que darle inmediata solución





Para que nuestro cliente este contento debemos tener presente lo siguiente:

- a) Variedad de productos cambiando los diseños de acuerdo a las temporadas
- b) La calidad de su producto debe ser esencial.
- c) Los precios deben estar de acuerdo a otros mercados.
- d) Atienda con cortesía y mucho agrado.

EL MERCADO

CONCEPTO DE MERCADO:

Grupo o conjunto de personas necesitados de un producto o servicio.

a) **SEGMENTO DE MERCADO o A QUIEN VA DIRIGIDO NUESTRO PRODUCTO Y/O SERVICIO**

Son las personas de la población a quien va dirigido nuestro producto.

Para esto hay varias maneras de poder determinarlo.
Puede ser de la siguiente manera:

I) **EL SEXO:** ¿Es para mujeres o para hombres?



II) **LA EDAD:** ¿Es para niños, jóvenes o adultos?



III) LA OCUPACION:



¿Es para profesionales?
¿Es Para agricultores?
¿Es para amas de casa?
¿Es para oficinistas etc.

IV) POR EL CLIMA ¿El producto es para los que viven en?



- la ciudad
- La costa
- El altiplano ó
- Para todos

V) POR EL NIVEL DE INGRESOS:



¿el producto es para consumidores de ingresos?

- Altos
- Clase media
- Bajos ingresos económicos.

EN ESTE MOMENTO YA DEBEMOS TENER CLARO A QUE GRUPO VA DIRIGIDO SU PRODUCTO, SI NO ES ASI DEBERÁ HACERLO DE ACUERDO A LO APRENDIDO.

b) INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

Es necesario saber un poco sobre las personas que componen nuestro mercado, para esto podemos hacer lo siguiente:

Para saber sobre nuestra clientela investigamos lo siguiente:

1) ¿DONDE COMPRA?

2) ¿QUÉ COMPRA?



3) ¿COMÓ LO HACE?



4) ¿CUÁNDO ?

5) ¿CUÁNTO?

"AVERIGUAR LAS NECESIDADES INSATISFECHAS DE LOS CLIENTES, PARA CONVERTIR LAS DEFICIENCIAS DE LA COMPETENCIA EN VENTAJAS PARA NUESTROS NEGOCIOS".

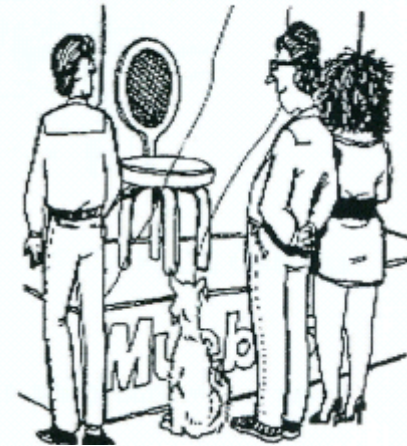
c) **¿COMO CONOCER SOBRE NUESTRA COMPETENCIA?**

- 1) Visitar los negocios en el área y fuera de esta, donde hay productos iguales a los que se producen.

En esta visita se podrá observar los materiales, los colores, los diseños, los estilos y los precios.



- 2) Averigüe si existe información sobre la demanda de su producto en algunas instituciones públicas o privadas que usted conozca.



3. Si tiene teléfono, averigüe el número telefónico de algunas fabricas y pregunte por los precios y calidad de los productos que sean similares a los producidos por nuestro negocio
4. Aproveche ferias, o actividades en donde pueda averiguar sobre:
 - precios
 - calidad
 - materiales
 - estilos

**NO PRODUZCA LO QUE LA GENTE NO
COMpra**

2.

UNIDAD

MERCADEO

CONCEPTO:

Es el conjunto de actividades que realiza cada empresario para:

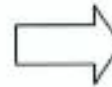
- a) Conocer las necesidades de sus clientes
- b) Mantener y ampliar la clientela
- c) Promover y distribuir sus productos y/o servicios
- d) Encontrar nuevas maneras de colocar su producto en el mercado.



ELEMENTOS DEL MERCADEO

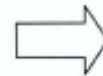
Se utilizarán para este proceso las "4 P" las cuales son:

P
RODUCTO



P
RECIO

PROMOCIÓN



PLAZA

PRODUCTO =

Son los bienes (productos) o servicios que ofrece un comerciante al comprador para satisfacer sus necesidades.



Mantenerse informado sobre los productos que la gente pide.

CLASIFICACION DEL PRODUCTO:



- productos perecederos o de bajo nivel de venta.
- mantener cantidades de acuerdo a las posibilidades de venta.
- necesarios o de lujo
- de consumo básico y/o industriales

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO QUE INFLUYEN EN LA VENTA:

- MARCAS =** Es un nombre, término, signo, símbolo o combinación de estos que identifica a los productos y/o servicios que vendemos, y los diferencia de los de la competencia.
- Deben ser cortas, claras y sencillas.
- EMPAQUE** un producto bien presentado y empacado tiene mayores posibilidades de aceptación de los consumidores que otro de pobre presentación. El empaque sirve para:
- Proteger el producto
 - Informar sobre la marca, uso, peso etc.
 - Promover la venta del producto
 - Ayudar a diferenciar el producto
- ETIQUETA** Proporciona información sobre el uso, preparación o consumo del producto.
- CALIDAD** La calidad es el conjunto de cualidades que debe tener un producto para diferenciarse de los demás y para satisfacer las necesidades del cliente. Para el empresario ofrecer la mejor calidad en su categoría debe ser su objetivo, lo que ayudará a vender mejor su producto.
- GARANTÍA** Es la promesa del fabricante de que su producto es de calidad.



PRECIO =

Es el valor en dinero que se da a un producto o servicio, para ofrecerlo a un mercado determinado.



DEBEMOS PROCURAR QUE EL PRECIO:



SEA COMPETITIVO (BARATO)

POR MAYOR ES MAS BARATO AÚN

PROMOCIÓN =

Es el campo de la comunicación de ventas, por medio del cual influimos para que compren lo que ofrecemos.

SE DEBE PROMOVER EL NEOGICO POR MEDIO DE OFERTAS

REBAJAS ESPECIALES

REGALOS A CLIENTES

LLEVE 3 PAGUE 2



FORMAS DE HACER PUBLICIDAD

- boletines
- anuncios de radio local
- carteles
- volantes etc.



PLAZA =

Es el lugar por el cual llegará el producto al consumidor.

Para tener un buen puesto o lugar de venta necesitamos:



IDENTIFICAR A NUESTRA CLIENTELA.

Al ofrecer nuestros productos debemos conocer:

¿Quién es el cliente?

¿Qué les gusta?

¿Cuánto compran?

¿qué los motiva a comprar?

