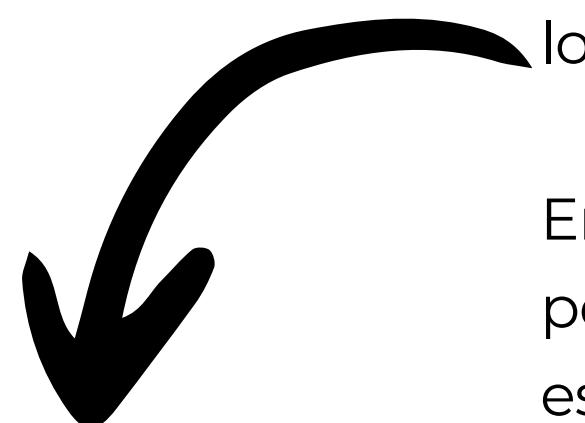


Unidad 2/3 INICIATIVA EMPRENDEDORA



¿QUE ES LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO?

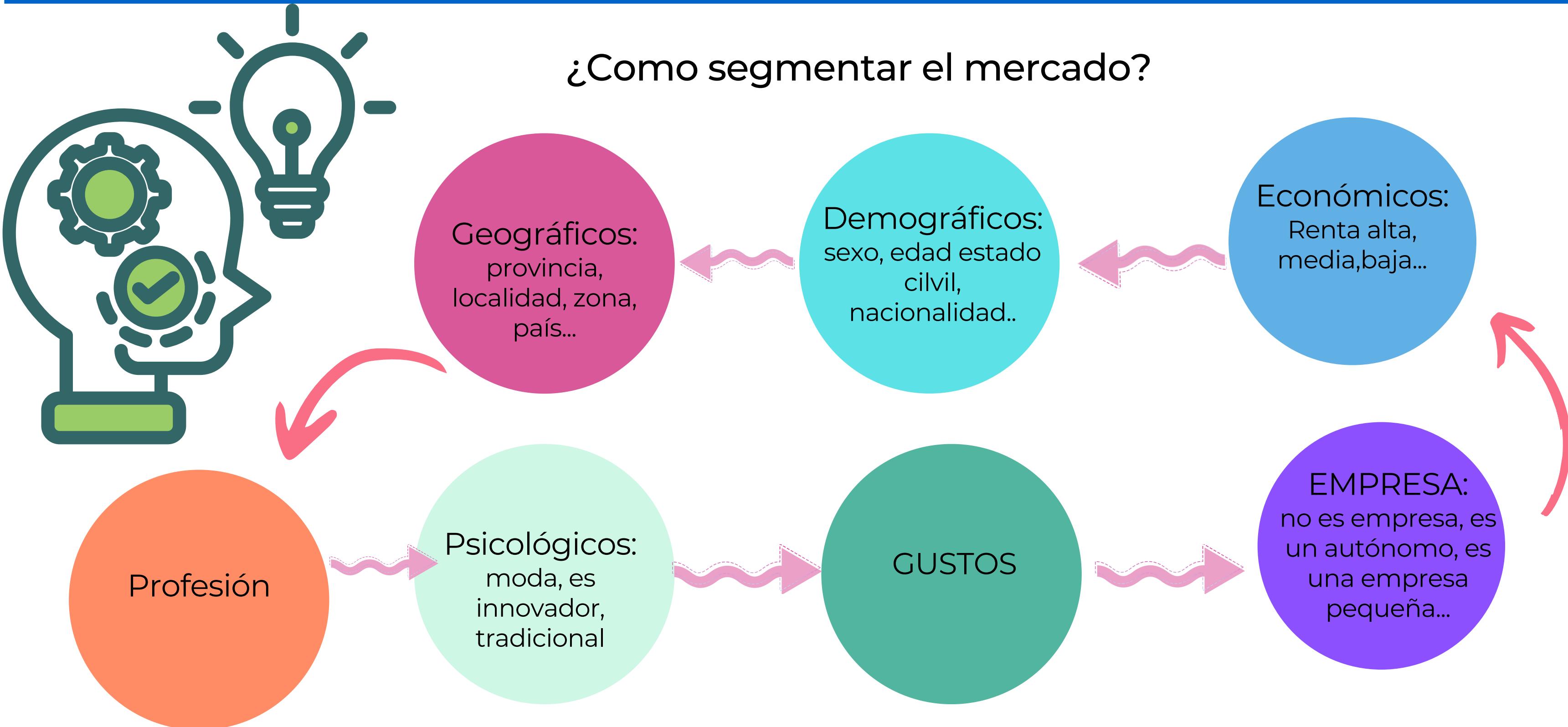
La segmentación de mercado propone la creación de grupos o clases de clientes-objetivo para dirigir las campañas de marketing, y clasificarlos según los atributos personales que determinan su perfil.

En primer lugar, esta subdivisión del universo total de consumidores te permitirá definir el **mercado meta de tu producto** y, una vez que conozcas esta información, refinar aún más tus estrategias de marketing y ventas.

es esa porción de la población que tiene el perfil de usuario ideal para el servicio o producto que ofreces. Para calcular el tamaño del mercado meta debes diseñar la segmentación del mercado formulando algunas preguntas:

- ¿Quiénes son tus clientes ideales, qué edad tienen, a qué se dedican?
- ¿Cuáles son las necesidades, intereses y prioridades de ese grupo?
- ¿Dónde y cómo podrías abordarlos con una campaña publicitaria que le agregue valor a tu propuesta?

Iniciativa emprendedora





Estrategia de segmentación

**Estrategia
diferenciada**

**Estrategia
concentrada**

**Estrategia
indiferenciada**

- Utilizamos una estrategia diferente para cada uno de los segmentos.

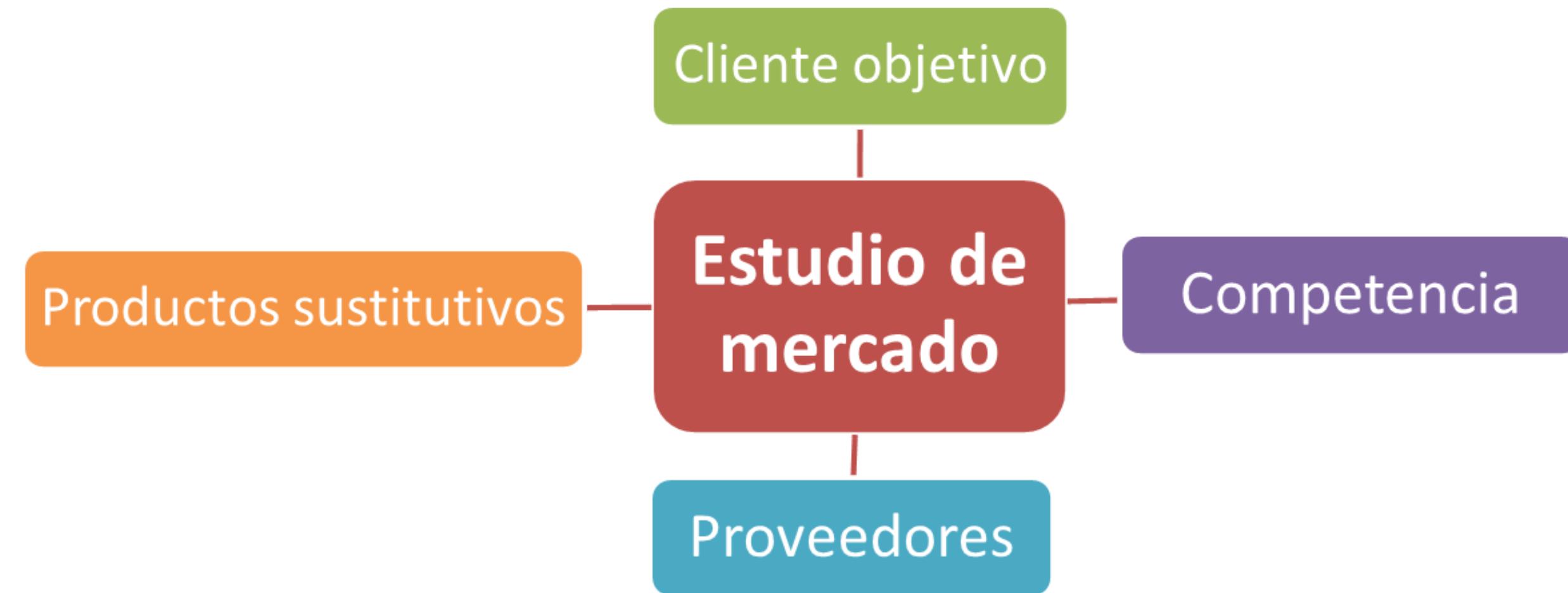
- Nos centramos en un solo segmento de mercado y nos olvidamos del resto.

- Usamos la misma estrategia para todos nuestros segmentos, es decir, para todos los clientes utilizamos la misma estrategia.

INICIATIVA EMPRENDEDORA



ESTUDIO DE MERCADO: LOS CLIENTES



LA ENTREVISTA
DE PROBLEMA



Saber si lo que queremos ofrecer
realmente está solucionando
un problema de nuestros clientes
¡O no!

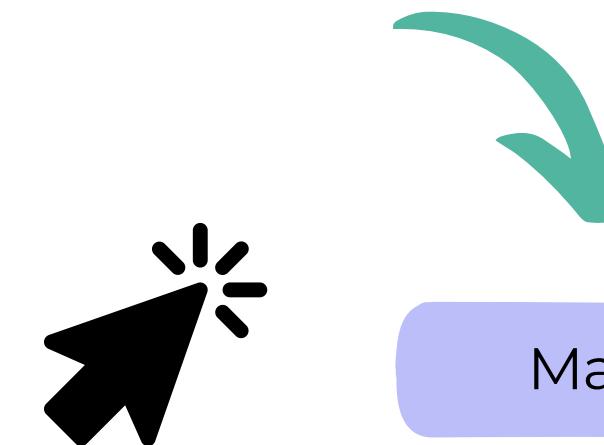
INICIATIVA EMPRENDEDORA



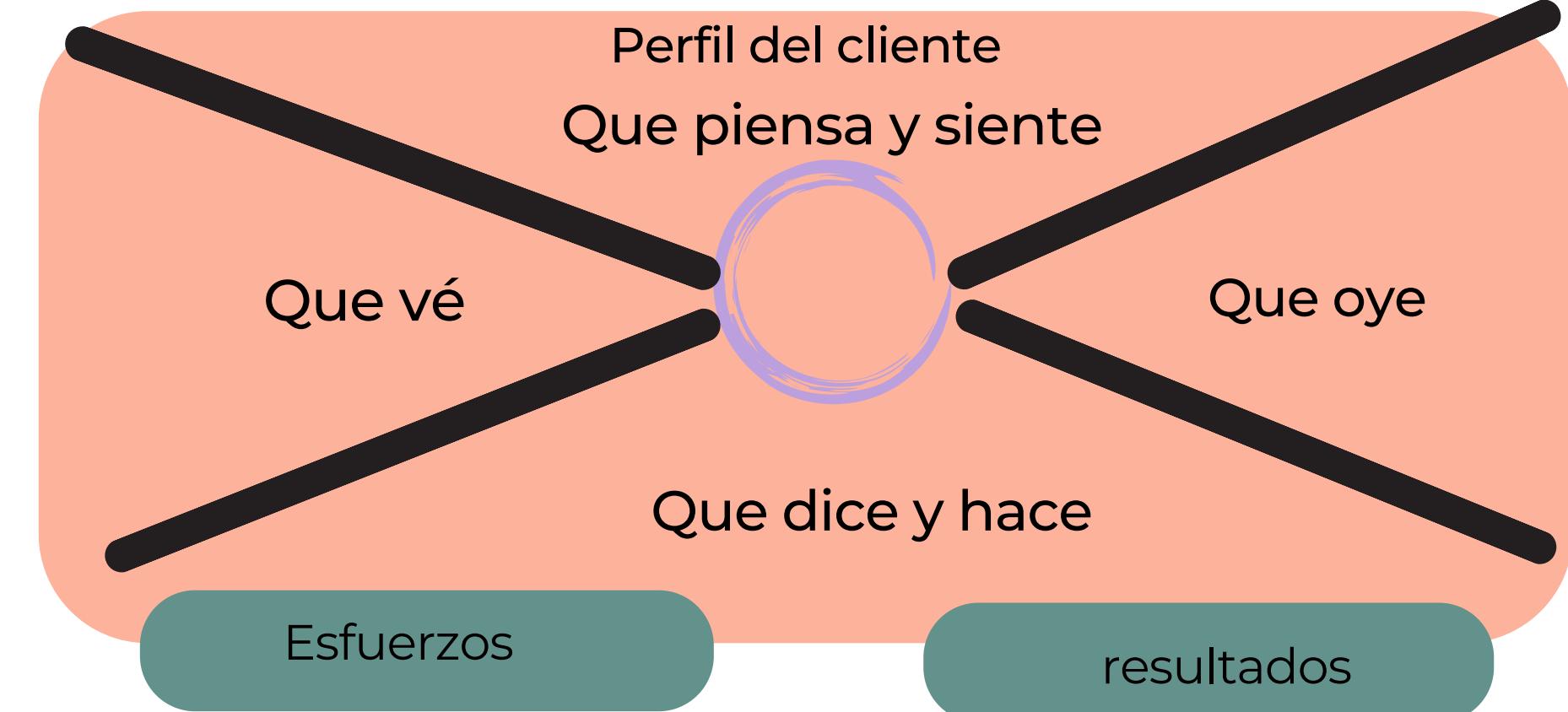
ESTUDIO DE MERCADO: LOS CLIENTES

Que necesito saber de mis clientes

- Datos básicos: sexo, edad, estado civil, nacionalidad, residencia....
- Datos económicos: nivel de renta, precio que está dispuesto a pagar.
- Gustos y preferencias
- Hábitos de compra: ¿Dónde? ¿Cuanto? ¿Cuándo?
- ¿Porqué lo compra?: por el precio, por seguir la moda, por hábitos...



Mapa de empatía



INICIATIVA EMPRENDEDORA



LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

- sector industrial o servicios.
- coste
- Demanda de la zona
- competencia
- comunicaciones
- legislación y ayudas públicas
- recursos humanos

ANALISIS DE LA COMPETENCIA

- Que venden, cuanto y a que precio.
- Promoción y distribución
- Estrategia
- Localizacion
- Atencion y satisfaccion del cliente

LA CULTURA EMPRESARIAL E IMAGEN CORPORATIVA

- Misión
- Visión
- Valores

ANÁLISIS DAFO

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Ámbito de actuación:

- derechos humanos.
- derechos laborales
- sociedad
- Económico
- Medioambiental

INICIATIVA EMPRENDEDORA

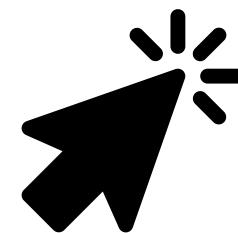


¿CONOCES EL
ENTORNO GENERAL
Y ESPECÍFICO DE TU
EMPRESA?

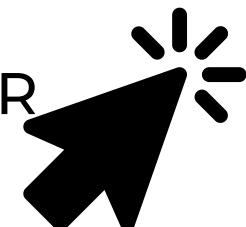


LO HAREMOS A TRAVÉS DE DOS TIPOS DE ÁNALISIS:

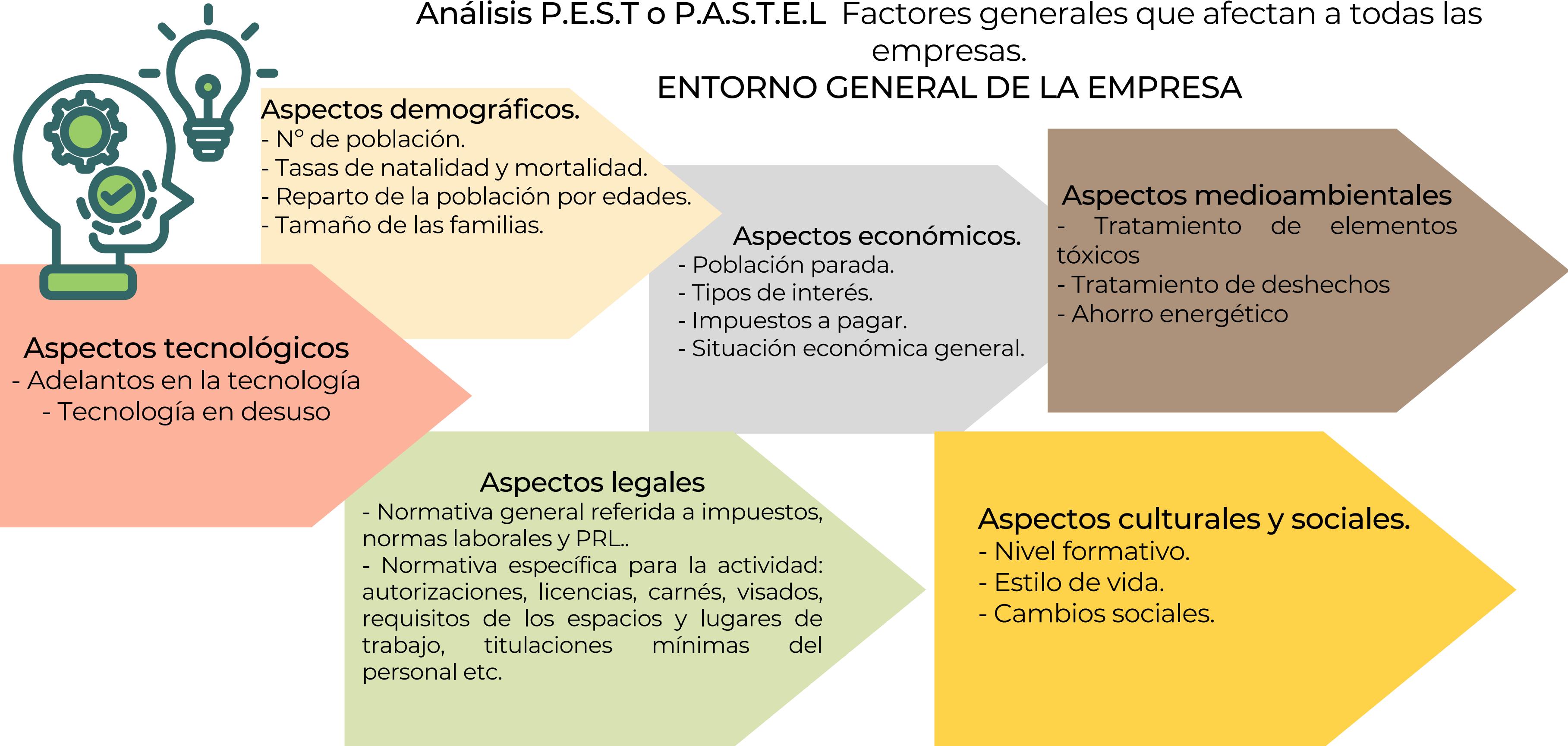
- EXTERNO: ANÁLISIS PEST O PASTEL



- INTERNO: ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE POTER



INICIATIVA EMPRENDEDORA



INICIATIVA EMPRENDEDORA



INICIATIVA EMPRENDEDORA



A las empresas también les afectan **factores** más concretos **propios de su sector**:

ENTORNO ESPECÍFICO

➤ **Los competidores** que ya existen y los que puedan entrar

➤ **Los proveedores** de materias primas, productos elaborados...

➤ **Los clientes** y su poder a la hora de negociar el precio

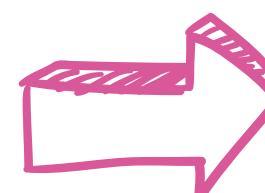
➤ **El producto:** la similitud y diferencia con otros del sector

INICIATIVA EMPRENDEDORA



Fuerzas Competitivas → Modelo teórico de Porter

Grado de competencia entre las empresas actuales



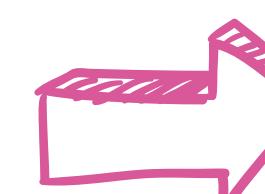
La rivalidad entre las empresas actuales dependerá de :

- El número de empresas que ya existan
- El crecimiento del sector
- Diferenciar el producto de otro de la competencia
- El exceso de capacidad de producción
- Las barreras de salida del sector

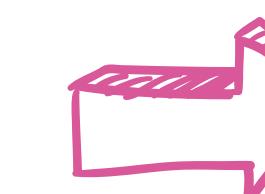
La amenaza de nuevas empresas dependerá de:

- La necesidad de realizar grandes inversiones de capital
- La diferenciación del producto de las empresas ya establecidas
- La dificultad de acceso a los canales de distribución
- Los requisitos legales

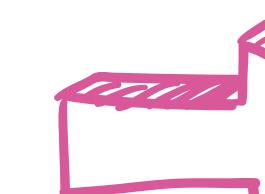
Posibilidad de entrada de nuevos competidores



Amenaza de otros productos sustitutivos



Poder de negociación de proveedores y de clientes



Productos que, siendo distintos, tienen el mismo uso y satisfacen la misma necesidad o cubren la misma función

Su poder variará según:

- Su número, la existencia de productos sustitutivos, el volumen de compra

INICIATIVA EMPRENDEDORA



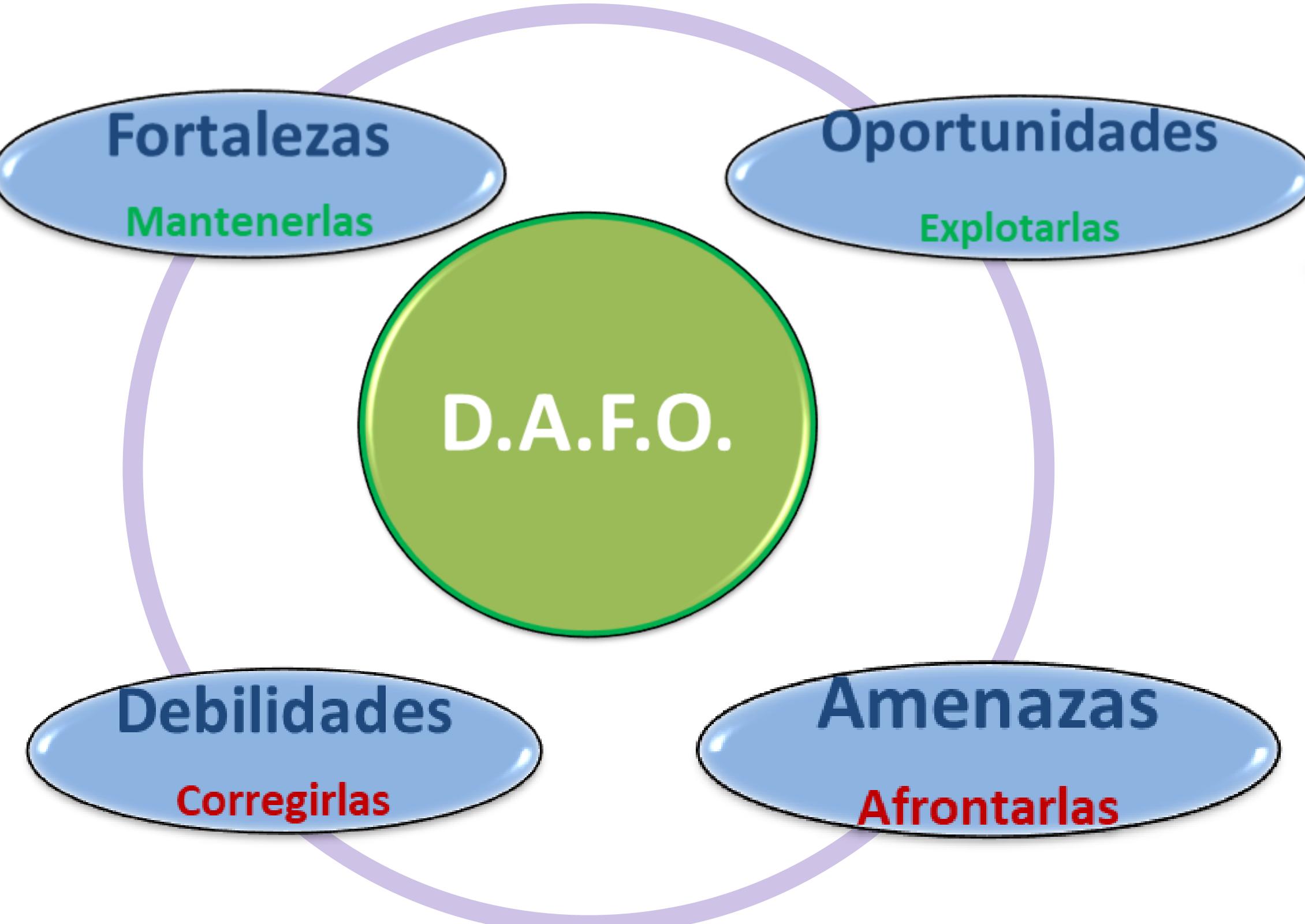
DAFO DEL ENTORNO Y LA EMPRESA

INTERNAS

- Puntos fuertes internos
- Posición de ventaja respecto a otras empresas
- Puntos débiles internos
- Posición desfavorable frente a la competencia

EXTERNAS

- Aspectos positivos del entorno: los posibles mercados, los nichos de negocio...
- Factores del entorno que pueden poner en peligro a la empresa





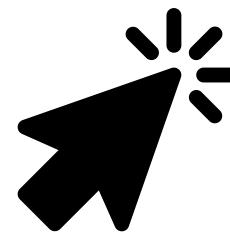
INICIATIVA EMPRENDEDORA

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

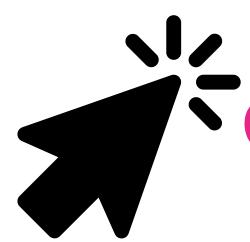
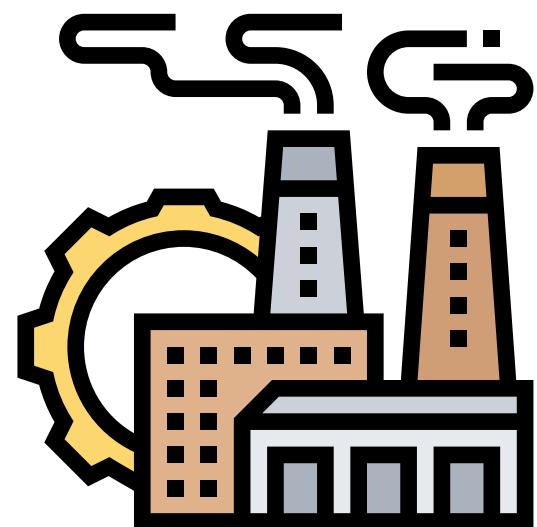


INICIATIVA EMPRENDEDORA

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



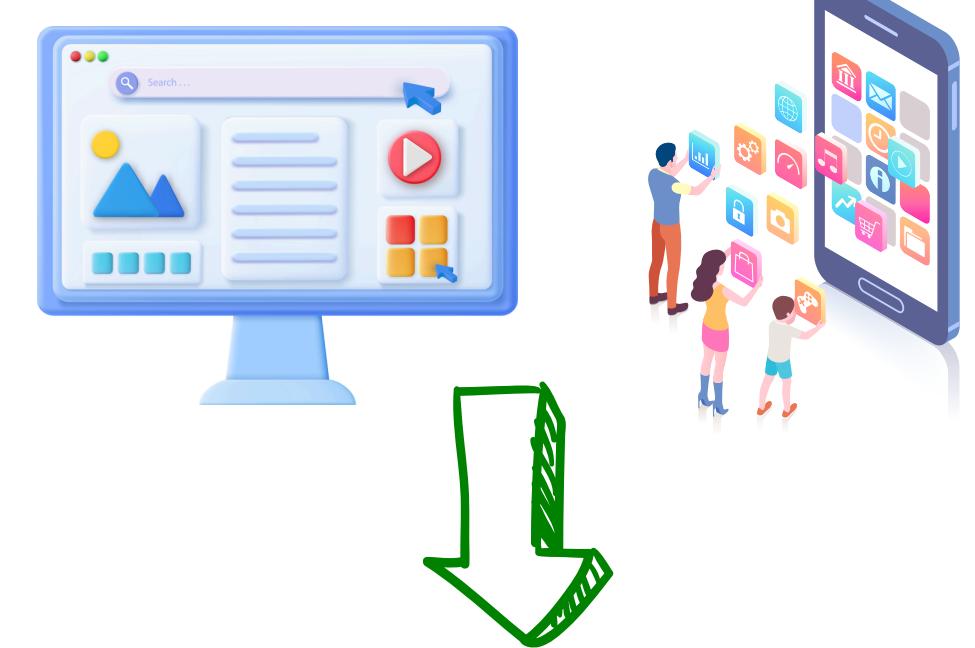
LOCALIZACIÓN INDUSTRIAL



LOCALIZACIÓN COMERCIAL Y SERVICIOS



LOCALIZACION EN LA NUBE



HERRAMIENTAS DIGITALES

- Software de gestión empresarial.
- Herramientas de marketing digital.
- Plataformas de e-commerce.
- Software de análisis de datos.
- Herramientas de comunicación y colaboración.

INICIATIVA EMPRENDEDORA

La imagen corporativa: como es percibida la empresa por los clientes y la sociedad

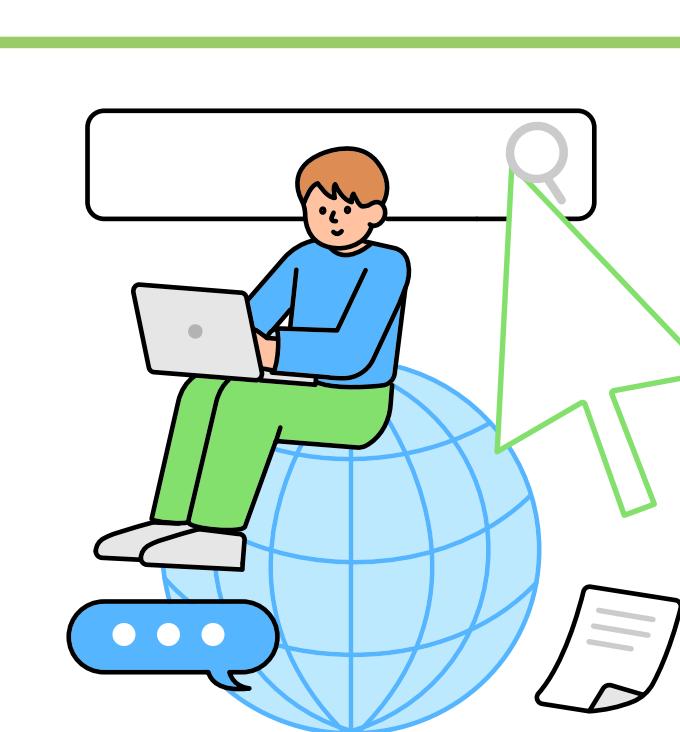


Imagen no intencionada

Actuación cotidiana de la empresa observada por los clientes y la sociedad en general

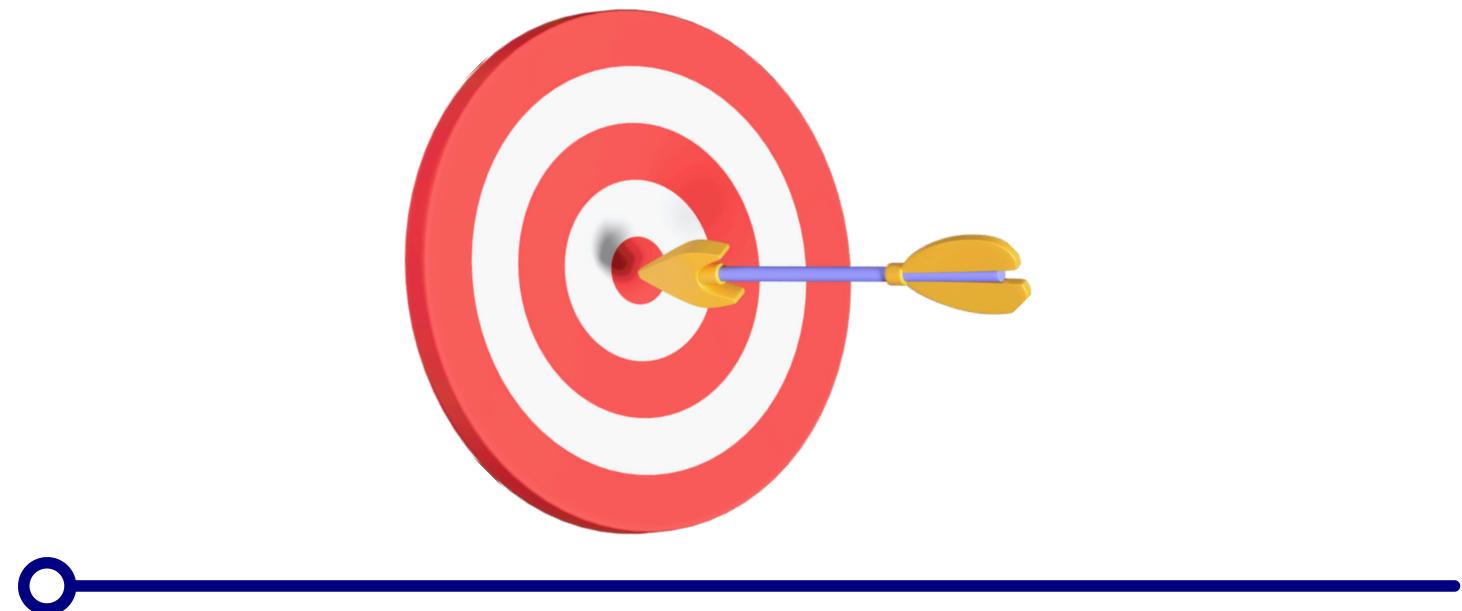
Imagen intencionada

Campañas de marketing
Vídeos corporativos
Eslóganes
Logotipo y marca
Patrocinio de eventos ...



INICIATIVA EMPRENDEDORA

La cultura empresarial : valores y creencias compartidas por sus miembros



VISIÓN

¿DÓNDE QUIERES QUE ESTÉ TU EMPRESA
DENTRO DE 10 AÑOS?



MISIÓN

CUÁL ES EL PROPÓSITO DE TU EMPRESA PARA
MEJORAR EL MUNDO



VALORES

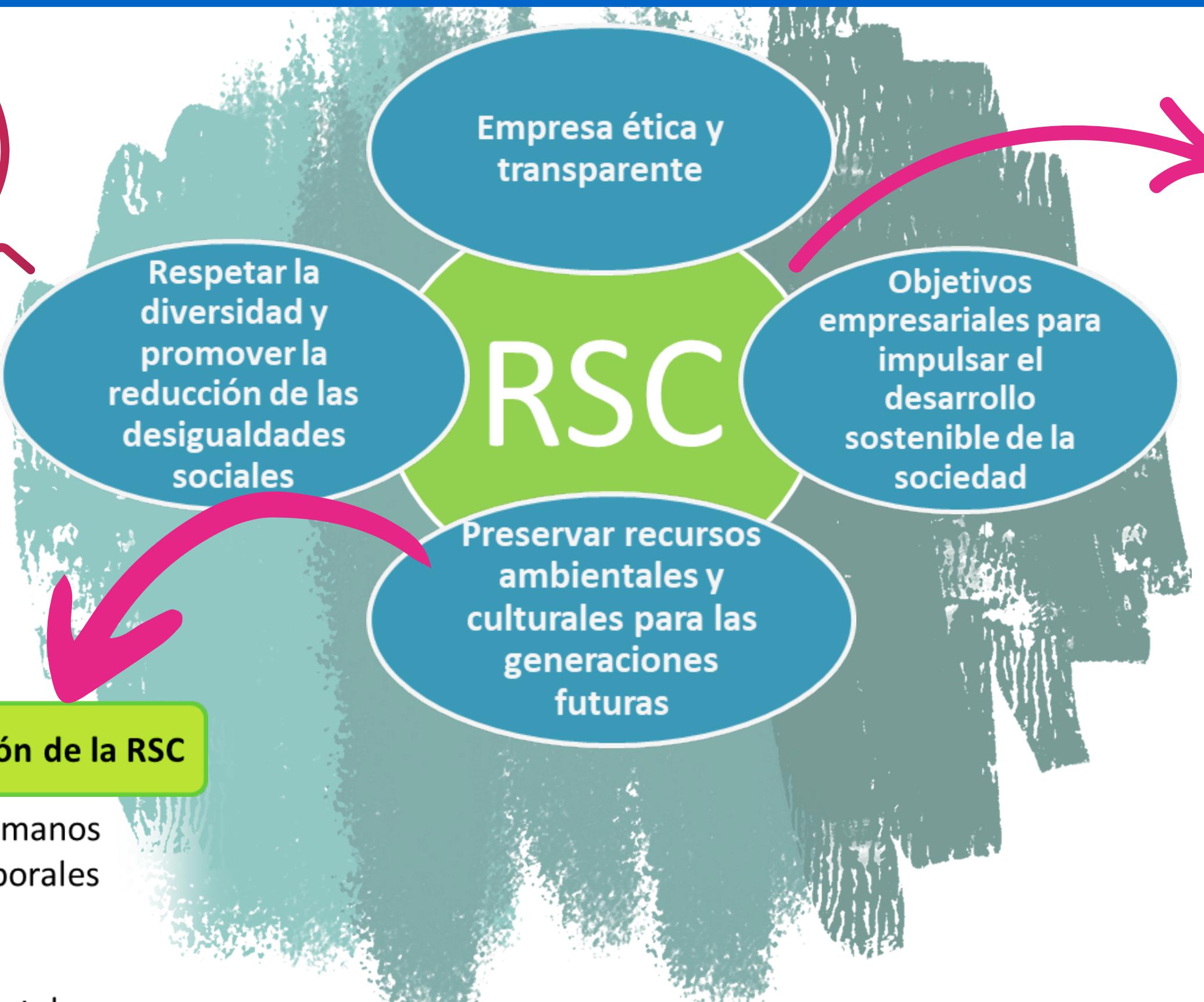
¿CUÁLES SON LOS PRINCIPIOS EN LOS
QUE BASAS TUS RELACIONES?



INICIATIVA EMPRENDEDORA

Responsabilidad social corporativa

CSR



Ámbitos de actuación de la RSC

- Derechos humanos
- Derechos laborales
- Sociedad
- Económico
- Medioambiental

Etapas para su implantación

1^a etapa:
cumplimiento de la Ley para no ser sancionadas.

2^a etapa:
Reacción frente a las demandas de la sociedad (para ganar prestigio).

3^a etapa:
Concienciación social. Por propio convencimiento.