




# Unitat 2 EL MERCAT I ELS CLIENTS

# CONTINGUTS

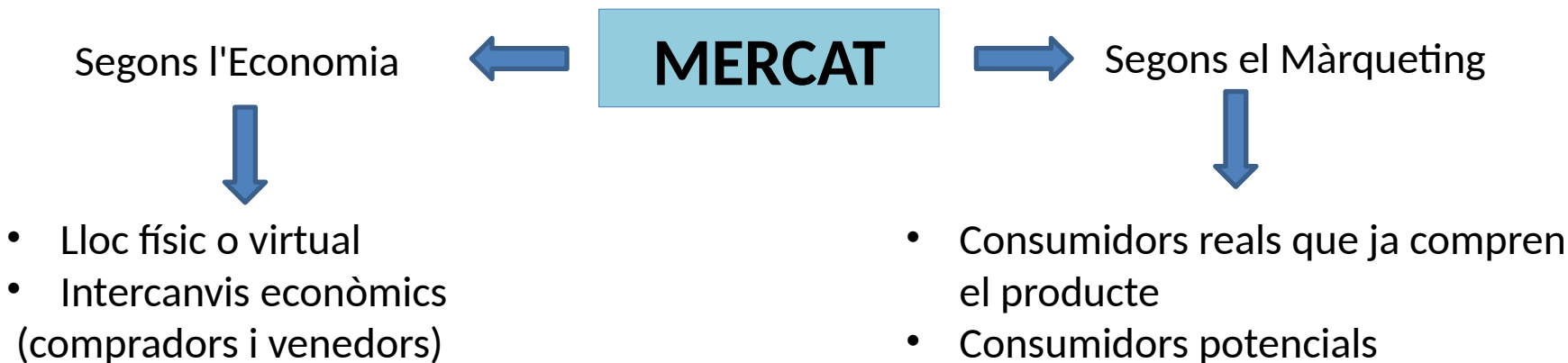
- 
- 1. El mercat**
  - 2. Tipus de mercat**
  - 3. La segmentació del mercat**
  - 4. Estudi del mercat: els clients**



RECORDA

POTS ACCEDIR  
A VÍDEOS I ENLLAÇOS  
A L'AULA DIGITAL DE EIE  
[ACÍ](#)

# 1. El mercat



## Grandària

Quantitat total venuda d'un producte

## Quota de mercat

Quota =  $\text{Vendes d'un producte per 1 empresa} / \text{vendes total sector}$

## Estructura d'un mercat

Agents que intervenen

- Fabricants de béns i serveis
- Intermediaris o canal de distribució
- \*Prescriptores (influeixen)
- Consumidors



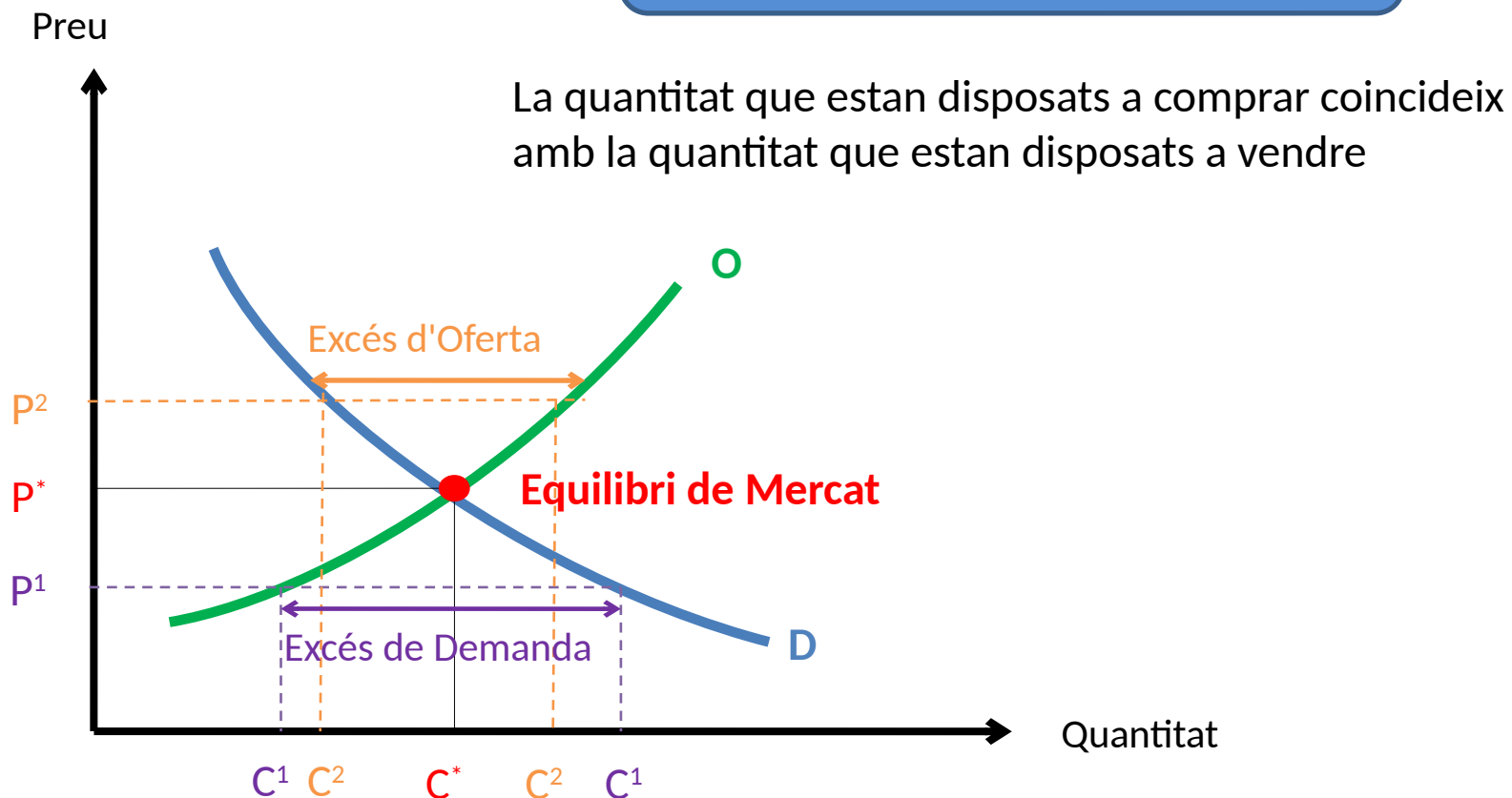
Continguts

següent

# 1. El mercat

Equilibri de mercat

OFEREIX = DEMANDA



anterior



Continguts

següent

## 2. Tipus de mercat

### Monopoli



- Només existeix una empresa que ofereix aqueix producte
- Estableix condicions
- Estan prohibits per llei, encara que algunes empreses poden acostar-se a un monopoli (ITV, estancs, control de l'Estat)

### Oligopoli



- Poques empreses
- Requereixen grans quantitats d'inversió
- Oligopoli amb pacte (empreses pacten preus i condicions)
- Oligopoli sense pacte (guerra de preus)

### Competència perfecta



- Moltes empreses que ofereixen el mateix producte
- El preu ve dau pel mercat
- Valoració de més aspectes que el preu
- Els consumidors no tenen tota la informació
- Moltes empreses, però busquen diferenciar el seu producte (qualitat / marca)
- Ser percebut com a producte únic
- Marge de maniobra per a pujar preus
- Passar de competència perfecta ➡ monopolística

### Competència monopolística








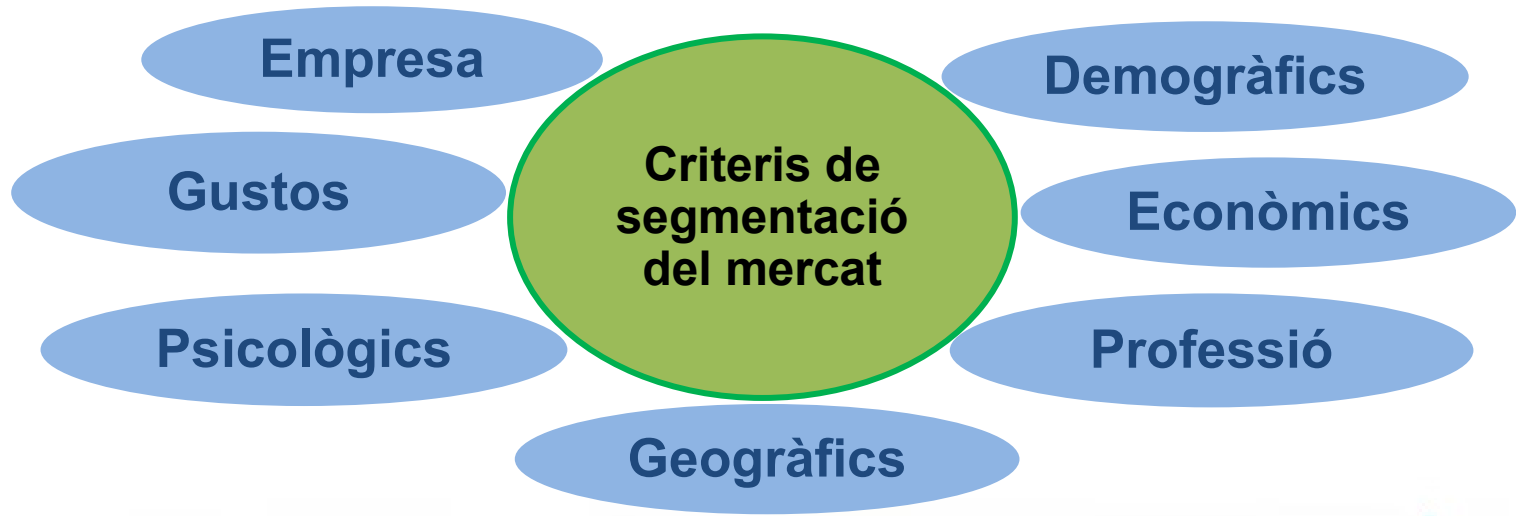
# 3. La segmentació del mercat

Segmentar el Mercat  Dividir el mercat en tipus de clients Segment = grup de clients

**Ajustar-se a les necessitats i gustos de cada grup (segment):**

(Exemple mercat de cotxes)

- Joves amb renda mitjana  Utilitari
- Joves amb renda alta  Esportiu
- Famílies amb diversos fills  Monovolum
- Major de 45 anys amb renda alta  Berlinga alta gamma
- Empresari que maneja gran quantitat de Kg  furgoneta



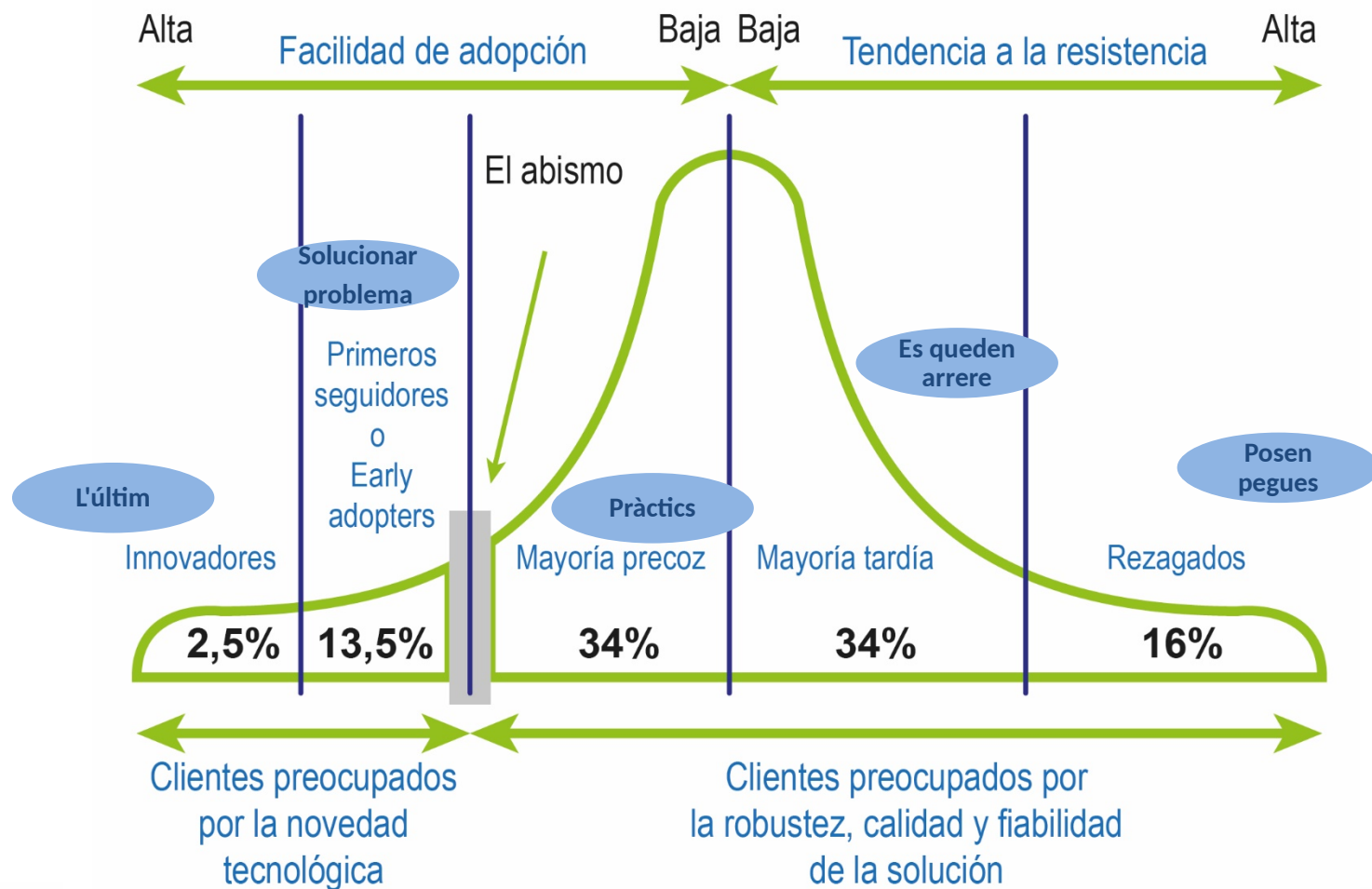
 anterior

 Continguts

següent 

### 3. La segmentació del mercat

#### LA CORBA DE DIFUSIÓ DE LA INNOVACIÓ



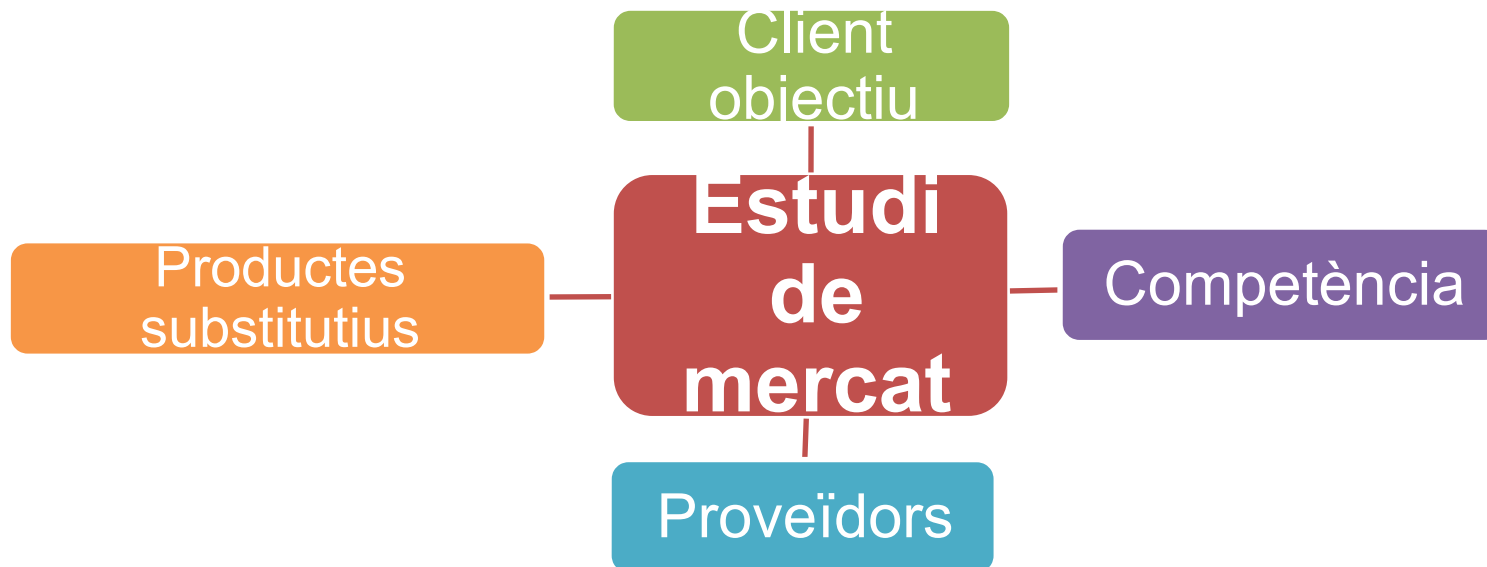
anterior

Continguts

següent



## 4. Estudi de mercat



ENTREVISTA  
DE PROBLEMA



Saber si el que volem oferir  
realment està solucionant  
un problema dels nostres clients  
O no!

anterior



Continguts

següent

# 4. Estudi de mercat: el client objectiu

## Anàlisi del nostre client objectiu o “\*target”

Conèixer al client i els aspectes influents en la seua compra  permet oferir-li el producte que necessita

### Dades bàsiques

(edat, sexe,  
nacionalitat,...)

### Dades econòmiques

(Renda, disposició a  
pagar...)

### Gustos i preferències

### Hàbits de compra

(Qui compra, on, quan,  
quant,...)

### Per què ho compra?

(preu, seguretat, marca, costum, experiència,  
modes, imitació, impuls,...)

 anterior



Continguts

següent 

# 4. Estudi de mercat: el llenç

## Llenç de proposta de valor i Early Adopters

