



DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE MERCADO

(4 PS)

Segmento de mercado al que le aplica esta estrategia.

Indica aquí las características del segmento de mercado para el que se diseña esta estrategia.



P DE PRODUCTO

Describe de manera detallada el producto o servicio que vas a ofrecer en el mercado. Si es un producto, este puede ir acompañado de un servicio, así que deberás describir ambos.

Variedad de productos o servicios que puedes ofrecer. Si hay varios productos que se ofrecerán, hay que describirlos, igual que si hay varios servicios o niveles de servicio.

Tamaños o distintas medidas. Señala si tu producto lo venderás en distintos tamaños.

Describe las características de calidad de tu producto o servicios. ¿Qué es lo que tu cliente considera como calidad en tu producto o tu servicio?



DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE MERCADO (4 PS)

Señala cómo estará envasado tu producto. Si hay varias presentaciones ¿cada una debe tener un envase distinto? Describe cada envase de cada presentación o tamaño.

Marca o marcas de tu producto o servicio. ¿Vas a crear varias marcas o una sola marca?

Política de garantías y devoluciones. Describe cuál será el proceso o la forma en la que un cliente puede solicitar que se le aplique garantía o devolución de su dinero.



P DE PRECIO

Precio de lista (tarifas). Describe los precios de tu producto o servicio, con base en los tipos de productos y características que previamente definiste. Productos o servicios diferentes, puedes tener precios distintos.

Señala si tu empresa ofrecerá algún tipo de descuento para el producto o servicio, o para los distintos productos o servicios. Puede haber descuentos para unos y para otros no.



DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE MERCADO

(4 PS)

Señala cual es el periodo o momento de pago. ¿El cliente debe pagar antes de tener el producto o servicio? ¿Debe pagarlo al momento de consumirlo? O bien ¿debe pagarlo después? ¿En qué condiciones ofrecerás cada momento de pago?

En caso de otorgar crédito a tus clientes, señala cuáles serían las condiciones para que lo obtengan y para que lo paguen.



P DE PLAZA

Define a través de qué vía se comercializará su producto o servicio. Puede ser de manera directa sin ningún intermediario, o bien a través de alguna plataforma, a través de un distribuidor, mediante tiendas de terceros, por catálogo, usando vendedores, venta en calles, por Internet, mediante una aplicación, etc.



DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE MERCADO

(4 PS)

Establece cuál es la cobertura geográfica esperada para tu producto o servicio, esto es, venderás solo en tu barrio, o a toda la ciudad, al país entero, de manera internacional. Pero cualquier opción que elijas debes explicar de manera muy detallada cómo harás para atender a todos esos clientes a los que deseas llegar.

Señala con qué regularidad prevés que estarás teniendo que surtir pedidos o en el caso de distribuidores con qué regularidad les entregarás y qué nivel de inventario deberán tener cada distribuidor.

Escribe qué tipo de transporte usarás para hacer llegar tu producto o servicio a tus clientes.



DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE MERCADO

(4 PS)



P DE PROMOCIÓN

Define cuál es el objetivo de comunicarte con el segmento de mercado al que te diriges. Esto es, qué acción esperarías lograr en la persona que escucha o ve tu mensaje.

Responde las preguntas ¿Qué decir?, ¿Cómo decirlo de una forma lógica?, ¿Quién debe decirlo?

Ahora indica, cuál o cuáles son los canales o plataformas más indicados para comunicar el mensaje a tu segmento de mercado.

Finalmente indica, cuánto es el presupuesto que destinarás para tu campaña de publicidad o comunicación