

Contenidos:

Política de Marketing.

Pasos para determinar el precio.

Lineamientos para presentar la venta.

Actividades

1)-Explora los siguientes links, donde podrás obtener algunas ideas para tu microemprendimiento.

<https://www.iprofesional.com/negocios/314669-microemprendimientos-con-poco-dinero>

<https://www.argentina.gob.ar/tema/emprender>

<https://sisanjuan.gob.ar/produccion-y-desarrollo-economico/2020-09-01/25448-esta-vigente-el-programa-de-apoyo-a-la-competitividad-para-emprendedores>

2)-Lee el siguiente texto

Política de Marketing

La política de Marketing tiene dos secciones importantes que te ayudarán a fijar las metas de ventas.

- ✓ Distribución
- ✓ Publicidad y promoción

Distribución.

La mayoría de las empresas recurre a la venta directa para distribuir sus bienes y servicios. En otras palabras, cada miembro del personal de ventas contacta directamente a amigos, vecinos y otras personas para vender el producto de la compañía. Esta estrategia de venta hace que cada miembro de la compañía comparta la responsabilidad de vender y de tener el entrenamiento y la experiencia de la venta directa

La venta directa no es el único canal de distribución, una vez que la producción alcanza el nivel suficiente para satisfacer ventas regulares, se pueden considerar otras estrategias.



Comercio. Donde puedan re-vender el producto, en consignación en algún local, acudir a ferias.



Mayorista. Vende tu producto en grandes cantidades a un comercio minorista. El minorista pedirá un descuento del precio de lista -generalmente el 30%- por comercializar el producto (ubicarlo en un lugar conveniente para los consumidores, ofrecer el producto en pequeñas unidades y atender a los clientes). Esto representa el valor agregado del minorista sobre el producto.

Publicidad y promoción

En las Compañías JA, los esfuerzos de venta se concentran generalmente en la venta directa donde el vendedor es quien hace la propia publicidad.

Hoy en día tenés diversos medios por los cuales hacer publicidad, desde redes sociales o promoción dentro de la escuela.

El equipo de Marketing discutirá las diferentes estrategias de publicidad y promoción para fijar los objetivos de ventas.

Establecer el precio es una parte esencial para la estrategia.

PRECIO DEL PRODUCTO

Para encontrar el precio justo de tu producto o servicio hay algunas técnicas que te pueden servir, como por ejemplo comparar el precio y la calidad con productos similares que ya estén en el mercado o mostrar tu producto a amigos y familiares y preguntarles cuánto pagarían por él.

No te olvides de las consideraciones más importantes a la hora de establecer el precio:

- Que el precio que se establezca sea lo suficientemente alto para cubrir todos los costos, así la compañía será rentable.
- Debés tener en cuenta los costos de materiales y de producción.
- Debés establecer la política de remuneración y de comercialización.

Pasos para establecer el precio

Determiná tus costos fijos

Los costos fijos son aquellos costos independientes de la cantidad producida (como el alquiler, servicios, informe final, herramientas y equipos, miscelánea, etc.).

En el caso de los sueldos y salarios, en las empresas en general son tomados como costos variables, ya que generalmente varían con la cantidad de horas y trabajadores necesarios para producir. Cuando la demanda de un producto aumenta, la empresa aumenta la producción y los costos laborales subirán.

En este caso, en las Compañías JA, los trabajadores se "contratan" por una cantidad fija de horas, es decir, cobran por el tiempo que están en las reuniones y otras actividades de la compañía, por lo tanto **tomaremos a los salarios como costos fijos**.

1

Determiná tus costos variables

Tus costos variables son aquellos que "varían" con la cantidad de unidades producidas. Cuando el área de producción complete la "Política de Producción" para cada producto, podrás estimar tus costos variables.

Para esto tené en cuenta:

- Proyección de costo total de los materiales.
- Cantidad de unidades.
- Costo de material por unidad.
- Cierta margen por desperdicios o errores.

2

Determiná tu precio

Una vez que hayas determinado los costos fijos y variables, debes determinar el precio de tu producto o servicio. Para esto debés tener en cuenta:

- Sueldos y salarios.
- Costos en materiales.
- Costos de herramientas de producción.
- Otros gastos.

3

Calculá tu punto de equilibrio

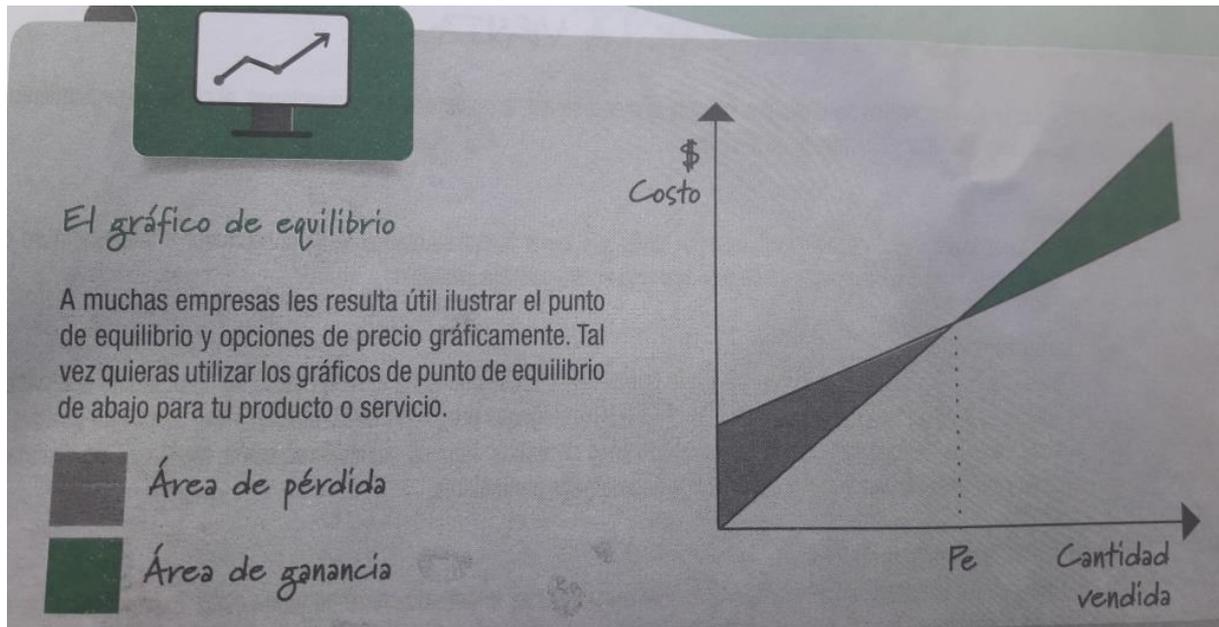
El punto de equilibrio determina la cantidad de productos o servicios necesarios a vender para cubrir los gastos de la compañía y que no pierda dinero. De esta manera cuando lleguen al equilibrio, todo lo que se venda pasa a ser ganancia. **Tené en cuenta que se calcula en cantidad de unidades.**

4

¿Cómo calcularlo?

Punto de equilibrio

$$= \frac{\text{Costos Fijos}}{(\text{precio por venta unitaria} - \text{costo variable por unidad})}$$



VENDIENDO TUS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Determinen objetivos de ventas de la compañía.

- El total por cada producto
- Cantidad promedio que debe vender cada miembro para lograr el objetivo.

Técnicas de venta:

La gran mayoría de las Compañías JA utilizan la venta directa para comercializar sus productos o servicios.

La venta te ayudará a desarrollar tu capacidad de comunicación, trabajar tu autoconfianza y motivación.

No te olvides de:

- **Planificar:** establecé metas propias de ventas.
- **Conoce a la perfección tu producto y sus beneficios:** tratá de percibir 2 ó 3 características claves y beneficiosas de tu compañía y su producto o servicio.
- **Focaliza el mercado:** identificá quienes serían los mayores compradores y acércate a ellos a vender.

LINEAMIENTOS PARA PRESENTAR LA VENTA

Realizar una venta generalmente requiere de cinco pasos: la proposición, la presentación, la respuesta a las objeciones, el cierre, el seguimiento. Guíate con los siguientes pasos para practicar el momento de la venta.

- 01 La proposición**
Antes de que puedas vender un producto o servicio, tenés que lograr llamar la atención del consumidor e interesarlo en el producto. En la venta cara a cara asegurate de provocar una buena primera impresión.
- 02 La presentación**
Debés ser breve y claro. Si podés explicale lo que es JA. Contale sobre las características de tu producto o servicio, mostrale el producto enfatizando su utilidad. Podés hacer algunas preguntas que induzcan a una respuesta positiva. Debés escuchar, brindándole al cliente la oportunidad de hablar. Replicá cualquier objeción, ¡pero ojo! no discutas, intentá centrar los argumentos en torno a sus necesidades particulares.
- 03 Contestar las objeciones al producto**
Guardate alguna de las utilidades importantes en caso de que el primer intento de cierre no tenga éxito. Exponé todas las características adicionales, no uses todos tus fuertes en la primera presentación. Comentale acerca de otros consumidores que quedaron satisfechos.
¡Recordá! No discutas, el cliente "siempre tiene la razón". Podés usar la técnica "Sí, pero...". Algunas objeciones indican que el consumidor no está interesado, muchas veces son maneras elegantes de decir "no, gracias". En ese caso, agradécele al cliente el tiempo que te dedicó.
- 04 El cierre**
No te extiendas, muchas veces vas a notar que el consumidor puede llegar a comprar el producto, si es así tratá de rápidamente cerrar la compra. En el cierre intentá que el cliente se sienta seguro, preguntale si lo quiere en ese color, si quiere uno o dos o, en el caso de que haya alguna promoción, que la conozca.
- 05 Seguimiento y despacho**
En el caso de que el producto haya sido pedido, envíalo en tiempo y forma. Escribí el nombre de la compañía y algún mail o número de contacto en la etiqueta o folleto.

3-Planifica y diseña tu pequeño emprendimiento, teniendo en cuenta todas las pautas establecidas y la información provista.