

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Mercado nichos:

Es un mercado para aquellas personas que tienen mascotas.



SOCIEDADES.

Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras:

En nuestro proyecto intentamos llegar a que nos elijan siempre hay competitividad , intentamos dar todo lo que sabemos para que nada y nadie se ponga delante nuestro.

Alianzas estratégicas entre competidores:

Pues intentamos repartirnos cada uno nuestras ideas , es decir , tú pon un lado y yo por el otro y así no hay competitividad entre nosotros. Así cada uno hace su trabajo tranquilamente.

Asociación de empresas para desarrollar nuevos negocios o Joint Ventures:

Podemos asociarnos a empresas para desarrollar nuevos negocios juntos ,pero siempre teniendo en cuenta cual es de quien y lo que hay que hacer en su trabajo.

Relaciones comprador-proveedor:

Pues nosotros podemos relacionarnos con otra empresa para que nos suministre algo que nos interesa a cambio de algo que a ellos le interesen. Por ejemplo, el tema de la comida de los animales podemos hablar con una tienda de animales para que nos suministre todos los meses el pienso.

INGRESOS

Precios fijos: Tendremos un precio fijo para cada uno de nuestros productos y cada uno de nuestras actividades.

Precios dinámicos: Alguna vez cambiaremos de precio para no estar tanto en lo mismo y así los clientes se sienten más satisfechos con nuestro trabajo.

Precio de lista: Cada cosa tendrá su valor por ejemplo:

- 1 hora seran: 15\$
- 2 horas: 20\$
- 3 horas: 30\$

El precio depende de las características: Por ejemplo, aquí podemos diferenciar una perrita de raza pequeña con una grande, las pequeñas suelen valer menos que las grandes porque se suelen manejar mejor.

El precio depende del segmento de mercado y sus características específicas: Aquí si mi cliente está dispuesto a venir todos los meses o cada semana a pagar lo mismo por una misma hora o incluso horas, incluso puedo rebajarle para que él se sienta mejor.

El precio dependiente del volumen: Cada cliente que compre más cantidad por hora, más barato le saldrá y así el beneficio sería que el cliente vuelva más veces.

La negociación o regateo: Si el cliente es el mismo que viene casi todos los días , podemos hablar de un negocio y bajarle el precio por ser tan bueno con nosotros.

La gerencia del margen : Nuestro cliente puede hacer reservas y así él se siente más satisfecho y nosotros contentos con nuestro trabajo.

El mercado de tiempo real: Si la ley seca por ejemplo que los de raza pequeña tienen que valer más pues se subiría el precio pero un precio que sea beneficioso para los clientes y para nosotros.

Las subastas: Haremos un debate de los precios , porque seguramente algunas personas se quejarán de nuestros precios , entonces haremos una subasta para ver qué podemos hacer para que todos nos sentamos correctamente.

Canales

Intentaremos tener un buen canal para que la gente venga a la guardería.

Relaciones

Trataremos con educación a nuestros clientes y si necesitan ayuda accederemos a ayudarles y a solucionarles sus problemas.