Fuente de ingresos

Proyección de ventas:

No todos los potenciales usuarios comprarán el elevador, pero confiando en una buena estrategia de marketing pensamos que lograremos un 0,2-3% de aceptación en el mercado en los primeros años. Teniendo en cuenta los 3 grupos definidos:

Empresas pequeñas: 1,6 millones x1,5% = 24.000 ventas potenciales.

Las personas mayores con movilidad reducida: 1,8 millones ×0,1% =1.800 ventas potenciales.

Personas de baja estatura: 2 millones ×0.05% =1.000 ventas potenciales.

Ventas totales estimadas en 1 año: 26.800 ventas

Gracias al marketing las ventas en los siguientes años serán:

-Año 2: 27. 950 -Año 3: 29.000 -Año 4: 30.500 -Año 5: 32.000

El total de ventas es 26.800 (año 1) + 119.450 del resto de años son 146.250 ventas.

El resto de años, gracias al marketing y las buenas reseñas de los clientes aumentamos nuestras ventas en un 10% (aproximadamente). Esto resulta en unas ventas totales en 5 años de 146.250.

Según la búsqueda de artículos similares y añadiendo el precio del motor a los materiales llegamos a la conclusión de que nuestro producto oscilaría los 700€ de precio de venta en el mercado. Obteniendo así un beneficio de 375€ por unidad.

Nuestros clientes estarían dispuestos a pagar 700€ al comprar el producto, porque no hay ningún producto parecido en el mercado que tenga unas funciones similares por un precio tan reducido. Podrían pagar en mano o por tarjeta de crédito ya que no influye en la empresa la forma de pago.

Para asegurarnos de una buena etapa de introducción al mercado vamos a utilizar la estrategia de precios de penetración en la que empezamos a vender nuestro producto por la mínima cantidad de 400€. Con esto conseguimos poco a poco clientes y se volverá conocida.En este momento podremos ir subiendo los precios y empezar a ganar. Esta estrategia no va a ser rentable el primer año pero en el futuro sí podremos beneficiarnos.

Hay que subir 75 euros el segundo y tercer año y hay que subir 50 euros el cuarto y quinto año.