



Presentación de estrategias  
Labsag Markestrated Nivel 2  
Reto internacional 2011

# Integrantes del equipo

Corona González Pamela Lizbeth  
Fernández Gancedo Mónica Mercedes  
Luna Lara Fátima Daniela  
Pratz Sanchez Marcos Uriel  
Salas López Eva Eulalia

**Profesor. Domingo Báez Rojas**

# Introducción

- En las siguientes diapositivas se presenta el resumen de las estrategias tomadas por nuestro equipo para el desarrollo del Reto internacional Labsag, en el cual participamos con Markestrated Nivel 2, con la Firma 1

# Preámbulo

- Lo primero ante el reto, fue analizar las características propias de nuestra firma, analizar las oportunidades de nuestros productos en el mercado marketrated frente a las de nuestros competidores.

1º

- Para poder llegar al resultado deseado basamos nuestra estrategia en incrementar la fuerza de venta y la publicidad.

Encargar estudios de mercado relevantes en este momento del juego

2°

- ◉ Desarrollar nuevos productos, basados en el análisis inicial de las características, para ampliar el mercado e incursionar en el mercado de los VODITES.

3°

- ◉ Arriesgar en la producción de nuestros productos (nuevos y ya existentes)

Posicionar los nuevos productos y seguir apostando por la fuerza de ventas.

4°

- ◉ Mantener nuestra tendencia en la fuerza de ventas, además de analizar los nuevos productos de la competencia



5°

- Incrementar la producción, a la par de la publicidad, seguir con las sesiones de análisis del mercado y optar por los estudios que en ese momento se requerían para el mercado de SONITES y VODITES

6°

- Igualar nuestros gastos con nuestro presupuesto, reforzar el posicionamiento de nuestros productos constantemente y la investigación de mercados actualizada.

7º

- ◉ Volver a analizar el mercado, identificar espacios de oportunidad y volver a desarrollar productos para las necesidades detectadas.
- ◉ Seguir actualizando nuestra información del mercado.



- Incrementar la producción de SONITES y nuestro VODITE, para ganar terreno en el mercado además de seguir aportando en la fuerza de ventas y publicidad, pero aún con más fuerza.

9º

- Introducción al mercado de nuestro 5º y último producto, llevar a cabo su posicionamiento con la producción cuidadosamente calculada e incrementar nuestra producción en los demás productos

# Conclusión

- En el transcurso de la simulación Internacional, se nos presentaron múltiples retos, los cuales con la cooperación de los miembros del equipo y con la instrucción de nuestro profesor pudimos sortear y hacer llegar a buen término nuestra participación.

