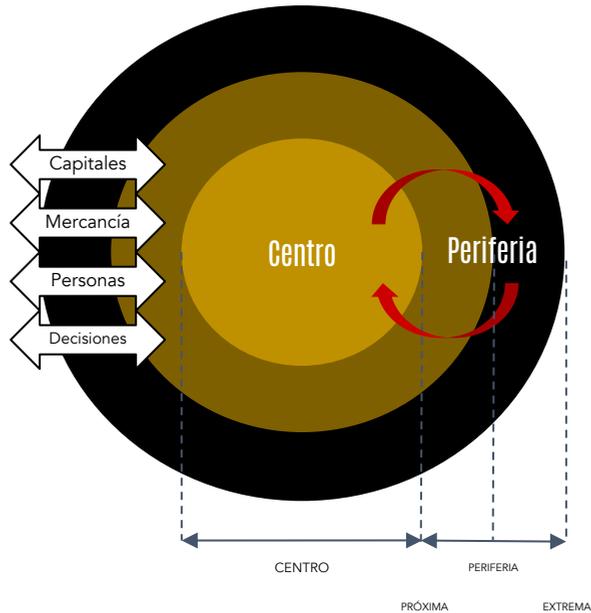


8Km

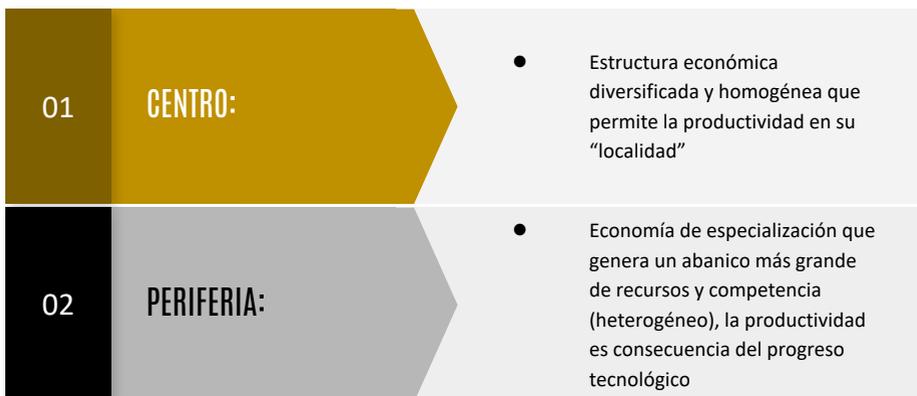
NEARMARKET
COMO ESTRATEGIA DE AMPLIFICACIÓN DEL VALOR DE UN MARCA

NEARMARKET

Es una metodología que busca dar prioridad a los clientes actuales sin olvidarse de ganar la preferencia de los clientes adyacentes, buscando un balance entre el enfoque de crecimiento de periferia.



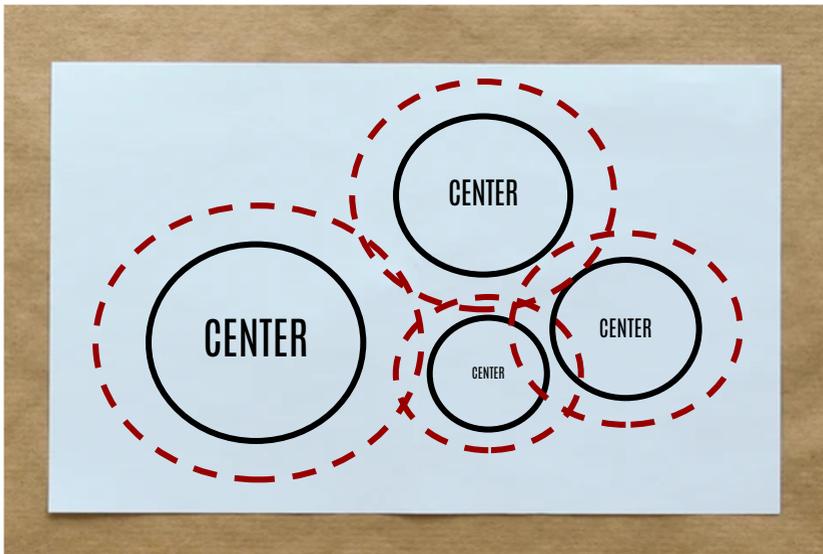
La expansión del mercado a partir de un centro que gradualmente extenderá su influencia a las periferias debido al crecimiento de la dinámicas económica y comercial del contexto económico que tenderá a la expansión hacia nuevos mercados



EN EL MOMENTO DECISIVO DE EXPANSIÓN DEL NEGOCIO

Es necesario identificar las nuevas características del mercado, pero... si el próximo "target" es un semejante del mercado actual, ¿se puede atacar de igual manera?

Se trata de un modelo de negocios que permite integrar el mercado local para maximizar las probabilidades de aceptación de un sector cercano y así expandir la oferta del negocio, mediante el análisis y estímulo de la demanda



Cada mercado es diferente en el sentido estricto de la palabra, pero si extrapolamos las condiciones del mercado actual hacia uno nuevo... esto significaría que las necesidades son creadas en base a las características de su "semejante".

Es por ello, que integrar los procesos productivos del negocio con las necesidades del mercado local es de vital importancia para expandirse a nuevos panoramas