



ALUMNO: RONAL JOSMAR MARTINEZ SOLANO

LIC. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MATERIA: MÉTODOS Y TÉCNICAS DE VENTAS.

TAREA: ENSAYO

GRADO: 6TO

VILLA HERMOSA TABACO, MAYO 2020

## ENSAYO

### INTRODUCCIÓN:

Cuando hablamos de marketing hablamos de mercadotecnia, la palabra marketing fue utilizada en E.U.

Hablar de marketing es hablar de economía, comercio, estudio, pues por medio de este podemos realizar investigaciones de mercado que nos permitan conocer el panorama del espacio en el que se desea competir o introducir algún producto o servicio, permitiendo con esto crear estrategias de ventas y colocación del producto para una buena introducción del mismo.

### DESARROLLO.

El marketing o mercadotecnia se conoce como una disciplina que permite el desarrollo de estrategias responsabilizándose de estudiar **el comportamiento de los mercados y de las necesidades de los consumidores**. Permitiendo con esto Analizar la gestión comercial de las empresas con la finalidad de atraer, captar, retener y fidelizar a los clientes finales a través de la satisfacción de sus deseos y resolución de sus problemas obteniendo como resultado una venta segura.

Pero el marketing engloba muchas actividades, es decir no solo trata de publicidad, es un sistema global de actividades relacionadas con el mundo mercantil, encaminadas a planificar, fijar precios, promover y distribuir productos o servicios que ayuden a satisfacer las necesidades del cliente final, permitiendo con esto los intercambios con el objetivo de satisfacer a los consumidores mediante un producto o servicio beneficiando con esto a la empresa.

El marketing a avanzando con el tiempo dándole un giro a su forma de desarrollarse, pues en la actualidad ya no solo se enfoca en llevar la publicidad al cliente, si no, en permitir el contacto con el cliente aportando algo de valor a los clientes potenciales, es decir no se enfoca directamente en las ventas, si no, en establecer una linea directa de comunicación con los clientes permitiendo así conocer las necesidades el cliente siendo estas una ventaja para mejoría del producto o servicio, ademas e lograr un cliente potencial.

Los avances tecnológicos como lo son las redes sociales y la creación de paginas online permiten que los procesos que antes eran mas lentos sean realizados de forma fácil y eficiente permitiendo el acceso a la información que el cliente necesita de manera eficiente al realizar un clic permitiendo que al momento pueda tomar su decisión referente a la compra

## CONCLUSIÓN

Los avances tecnológicos nos han permitido presentar la información al alcance de los clientes reduciendo así el proceso de compra, además, permite que el comprador cree un vínculo de seguimiento con el consumidor con el cual le puede dar seguimiento a la compra y funcionamiento del producto adquirido manteniendo un cliente satisfecho que quiera volver a comprar