



Nombre de alumnos: Rosaicela Palacios López

Nombre del profesor: Karina Maricruz Pérez

Nombre del trabajo: super nota las 4 "P"

Materia: taller del emprendedor

Grado: Noveno Cuatrimestre

Grupo: medicina veterinaria y zootecnia

Comitán de Domínguez Chiapas a 10 de julio del 2020

LAS 4 P DEL MARKETING

PRODUCTO

El elemento sobre el que gira todo

El producto abarca todo aquello que se coloca en un mercado para su adquisición y que, de alguna forma, puede llegar a satisfacer una necesidad o un deseo del consumidor.

- ¿Qué vendo?
- ¿Qué necesidades satisface mi producto?
- ¿Qué características tiene mi producto? ¿Cuáles son los beneficios que se obtiene de cada una de ellas?
- ¿Qué valor agregado proporciona mi producto?



PRECIO

La difícil labor de fijar el más adecuado

Se trata de la cantidad de dinero que el consumidor debe pagar para tener acceso al producto o servicio.

- ¿Qué valor tiene el producto para el cliente?
- ¿Existen unos precios estándar establecidos o fuertemente asumidos por los consumidores para nuestro producto o para productos similares?
- Si bajamos el precio del producto, ¿lograremos realmente conseguir ventaja competitiva en el mercado?

PUNTOS DE VENTA

¿Cómo vamos a distribuir nuestro producto?

Es el proceso mediante el cual el producto o servicio llega hasta nuestro cliente, que puede ser mayorista o final. Es una cuestión fundamental que va a influir notablemente en nuestro margen de ganancia y en la satisfacción del consumidor.

- Almacenamiento.
- Transporte.
- Tiempos de la operación.
- Costes de los envíos.
- Canales que más me conviene utilizar: venta directa, distribuidores, tiendas online, etc.

PROMOCION

Las múltiples formas de darlo a conocer

Promover es, en esencia, un acto de información, persuasión y comunicación, que incluye varios aspectos de gran importancia, como la publicidad, la promoción de ventas, las marcas e, indirectamente, las etiquetas y el empaque.

Es preciso valorar todas las posibilidades y, finalmente, seleccionar cuál es la mejor forma (normalmente se trata de una combinación de varias) de llegar a nuestro público objetivo, estudiando aspectos como: edad, población, sexo, necesidades y hábitos.

