



Lic. ROCIO GUADALUPE MENDEZ CANCINO

MTRA. KARINA MARICRUZ PEREZ GUILLEN

SUPER NOTA

TALLER DEL EMPRENDEDOR

9º CUATRIMESTRE

PSICOLOGIA

Comitán de Domínguez Chiapas a 10 de julio de 2020

LAS 4 P`S DEL MARKETING

Distribución y puntos de venta

Es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado.



Cuando se elija un canal de distribución habrá que tomar en cuenta Costo, calidad de distribución y la capacidad de la empresa.

El siguiente paso es explicar brevemente cómo se llevará el producto o servicio al cliente



A continuación mostramos la cédula del sistema de distribución empleado así como del sistema de distribución



Promoción del producto o servicio

A partir de un adecuado programa de promoción, puede dar a conocer un producto o servicio, incrementar su consumo, etcétera.



Periódico



Volante



Promoción de ventas



Permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa;

La promoción de ventas debe llevarse a cabo para que el cliente ubique al producto o servicio de la empresa en el mercado



Marca: La venta de un producto se facilita cuando el cliente conoce el producto y lo solicita por su nombre

Etiqueta: formas impresas que lleva el producto para dar información al cliente acerca de su uso o preparación



Radio

Empaque: debe ayudar a vender el producto, en particular el que es adquirido directamente por el consumidor final



Fijación y políticas de precios



El comprador entrega algo de valor económico al vendedor, a cambio de los bienes y servicios que se le ofrecen.



El precio influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio.



Una empresa puede decidir entrar al mercado con un alto precio de introducción, con un precio bajo en comparación con la competencia o bien, no buscar a través del precio una diferenciación del producto y, por lo tanto, entrar con un precio similar al de la competencia.

BIBLIOGRAFIA

UDS (2020). ANTOLOGIA TALLER DEL EMPRENDEDOR. COMITAN DE DOMINGUEZ