

“MATERIA”

MERCADOTECNIA

NOMBRE DEL DOCENTE:

GERARDO GARDUÑO ORTEGA

PRESENTA: ENSAYO

**ALUMNO: MIGUEL ANGEL GONZALEZ
PULIDO.**

CUATRIMESTRE: 5°

**LICENCIATURA: CONTADURIA PUBLICA Y
FINANZAS**

SEMIESCOLARIZADO

FECHA DE ENTREGA: 14/ FEBRERO /2021

Introducción

La mercadotecnia se dice que es un conjunto de principios, metodologías y técnicas con las que se busca alcanzar o lograr conquistar un mercado, además de lograr los objetivos con los que cuenta la empresa, como a la vez cumplir las necesidades y deseos de nuestros clientes.

En el año de 2003 se definió a la mercadotecnia como una función de carácter organizador y que a la vez es el conjunto de procesos para crear, comunicar y distribuir valor a los consumidores y para gestionar las relaciones con los clientes de forma que beneficie a la organización y a sus grupos de interés, ya que con ello se logra saber las necesidades de los clientes.

Lo que la mercadotecnia quiere lograr o tiene como objetivo es que el cliente se interese en su producto hasta poder alcanzar un punto donde comprenda dicho producto o servicio. Como también la mercadotecnia tiene otro objetivo la cual es favorecer el intercambio de algún bien con valor monetario, entre dos partes los cuales son entre comprador y vendedor, buscando que ambas partes resulten beneficiadas. Con la mercadotecnia lo que se busca es conquistar un mercado, también de apoyar para alcanzar los objetivos de la organización, y al mismo tiempo poder satisfacer las necesidades y deseos de los clientes. Hoy en la actualidad sería demasiado difícil entender la vida sin la mercadotecnia. El objetivo de la mercadotecnia es identificar las necesidades del consumidor y conceptualizarlas, para luego poder elaborar un producto o servicio que satisfaga las necesidades y deseos promoviendo el intercambio de los mismos con los clientes, a cambio de una utilidad o beneficio.

La mercadotecnia como la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo por un beneficio. La mercadotecnia identifica las necesidades insatisfechas y deseos. Se define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el potencial de ganancias. Señala qué segmentos la compañía es capaz de servir mejor y diseña y promueve los productos y servicios adecuados. Así lo define “Según Dr. Philip Kotler”.

La mercadotecnia tiende a indicarte los pasos que debes seguir para que con ello puedas lograr los objetivos propuestos por la organización, ya que con la mercadotecnia se puede detectar las necesidades y deseos de nuestros clientes, una vez logrando conocer esas necesidades, una organización se tiene que adaptar para que con ello se logre proporcionar una satisfacción deseada en el mercado, logrando tener un fuerte impacto con lo que llegaremos a posicionar en un buen punto dentro del mercado, con esto se puede cumplir y satisfacer las necesidades de los clientes con más eficiencia que la competencia.

Los conceptos que están relacionados con la mercadotecnia son: las necesidades la cual es la tensión que se provoca la no tener algún producto bien que es de prioridad tenerlo. Otro concepto relacionado con esto es el deseo que son las necesidades orientadas hacia satisfactores específicos para el consumidor. También otro concepto relacionado es la demanda la cual dice que es el deseo de adquirir un producto, pero se debe de tener la capacidad de adquirirlo. Valor el valor monetario es la relación que se establece entre el cliente y el producto que desea adquirirlo. Y la satisfacción es lo que se logra al cumplir las expectativas que tenía el cliente con ese producto a la hora de su adquisición. Es importante mencionar que el intercambio es un concepto que se relaciona ya que implica la participación de dos o más partes que ceden algo para obtener una cosa a cambio, y lo que se busca con esto es encontrar una satisfacción en ambas partes, tanto como en la empresa y el cliente.

Es importante mencionar las "P" de la mercadotecnia las cuales son:

Producto: Cualquier bien, servicio, etc., que al ofrecerse en un mercado se convierte en producto ya que al adquirirlo o usarlo tiene que satisfacer una necesidad. **Precio:** Es el valor monetario del producto, con esto logrando obtener una utilidad para la empresa. **Plaza:** es el

lugar donde se establece una organización para producir o vender un producto, que al mismo tiempo tiene que llegar dicho producto satisfactoriamente al cliente. **Promoción:** es la comunicación que busca difundir un mensaje para tener una respuesta del público objetivo al que va destinado. Y lo que se hace al difundir esta información es proporcionar las características del producto, comunicar los beneficios del producto y por último que se compre el producto. **Personas:** Una empresa cuenta con personal que atiende a sus clientes. Mientras más buena sea la atención al cliente serán mayores las posibilidades de poder vender su producto. **Procesos:** Los procesos deben ser estructurados correctamente, ya sea que hablemos de un servicio o de la creación de un producto, esto nos llevara a la logística de la empresa para reducir costos y aumentar ganancias.

El proceso general de la mercadotecnia es la siguiente:

1. Búsqueda de oportunidades de negocio. Es la búsqueda, análisis y estudio de las diversas oportunidades de un negocio que puedan existir en el mercado. En esta primera fase se tiene que investigar las necesidades, problemas, deseos y tendencias que hay dentro de un mercado.
2. Segmentación y selección de mercados: La segunda fase del proceso de la mercadotecnia es la de seleccionar a quién nos vamos a dirigir. Todo esto es para que nos dirijamos a algo en concreto porque de lo contrario nuestra estrategia sería un fracaso.
3. Análisis de mercado: es donde realizaremos un análisis, para poder observar los elementos que interactúan en el mercado, centrándonos sobre todo en: consumidores y competencia. Con este estudio lo que se busca es alcanzar el éxito de la estrategia de la empresa porque con esto tomaremos las decisiones más adecuadas.
4. Formulación de estrategias de la mercadotecnia: Otra de las etapas del proceso es la de diseñar las estrategias de la mercadotecnia que vamos a usar para alcanzar los objetivos. En este proceso se pone en cuenta los aspectos tales como las 4Ps del marketing: precio, producto, promoción y distribución.

5. Diseño de planes de acción: se define los pasos a seguir para que las estrategias previamente definidas se cumplan.

6. Implementación de las estrategias de marketing: Es el momento donde se tiene que poner en proceso todo el trabajo, en base a los planes de acción que hemos diseñado. En esta etapa usaremos los recursos materiales y humanos que hayamos previsto.

7. Control y evaluación: es el último punto donde sabremos la verdad si ha funcionado todo lo que se planeó, al mismo punto se implementara las estrategias y veremos que tan rentables han sido, las desviaciones, y si hemos alcanzado o no nuestras metas.

Conclusión

Como bien hemos mencionado anteriormente, la mercadotecnia es el conjunto de técnicas y estudios que tienen como objetivo mejorar la comercialización de un producto. Gracias a este proceso de la mercadotecnia podemos comprender los deseos y necesidades del cliente y esto sirve para poder crear un producto que satisfaga esas necesidades, además que con ello se lograra obtener una mayor rentabilidad del producto o servicio, que al mismo tiempo se genera una mayor utilidad para la empresa. Se tiene que plantear las mejores estrategias, para que con ello se pueda alcanzar con más exactitud nuestras metas u objetivos, para lograr todo esto se tiene que realizar un fuerte estudio que nos brindara los conocimientos que debemos tener sobre nuestros clientes.

Se tiene que poner en cuenta lo que está relacionado todo con la mercadotecnia, por ejemplo seria la utilización de la "P", ya que con esto se establece el producto y saber que tan necesario es para la sociedad para que con eso se pueda saber que tan rentable seria. Como también se debe establecer un buen precio de dicho producto, uno que sea igual a la competencia, no mayor ni menor a la competencia. Elegir una buena plaza donde establecerse para tener una buena venta del producto además de asegurar de llevar y entregar en perfectas condiciones el producto al consumidor. Además de establecer las promociones adecuadas para la venta del producto, donde explique las características y ventajas que se obtiene en la adquisición del bien. Entre muchas otras cosas.

Las áreas donde puedes aplicar la mercadotecnia son: las ventas, logística, distribución, servicio al cliente, investigación de mercado, desarrollo de nuevos productos, promoción, publicidad comercio electrónico y compras, entre muchas otras áreas.