

**LA EVOLUCIÓN DE LA MERCADOTECNIA
Y LAS ETAPAS DE DESARROLLO DEL MARKETING**

**PRIMERA ETAPA:
PRODUCTO**

SE CENTRA EN LAS CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL PRODUCTO COMO PRECIO, TECNOLOGÍA, COMPOSICIÓN, ENTRE OTROS

**SEGUNDA ETAPA:
MARCA**

TRATAN DE VINCULAR EL PRODUCTO CON UNA MARCA EN ESPECIAL CON EL FIN DE AUMENTAR LA FIDELIDAD Y EL COSTO DEL MISMO

**TERCERA ETAPA:
EXPERIENCIAS**

AQUÍ YA EXISTE UNA VINCULACIÓN CON EL PRODUCTO Y EL CLIENTE, NO POR LA MARCA NI EL PRECIO SI NO POR LA EXPERIENCIA DE QUE EL PRODUCTO LE SALIO BIEN O QUE SE SIENTE BIEN AL USARLO, YA COMPRA POR IMPULSO Y NO POR PRECIO

LA MERCADOTECNIA YA TIENE SUS CAPÍTULOS ESCRITOS, Y DESDE LANZAR UN PRODUCTO NUEVO, HASTA NUEVOS PRECIOS, SE ACTUALIZA EN EL SENTIDO DE EXPERIENCIA, Y ESTO HA AYUDADO A VENDER DE OTRAS MANERAS LOS PRODUCTOS AL MUNDO



PASIÓN POR EDUCAR

**Nombre del alumno: DIEGO IGNACIO
CRISTIANI RAMOS**

Nombre del profesor: ALDO IRECTA

Nombre del trabajo: CUADRO

Materia: MERCADOTECNIA

Grado: 5

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez Chiapas a 22 de septiembre de 2021