



UNIVERSIDAD DEL SUERESTE

MEDICINA VETERINARIA

NOVENO CUATRIMESTRE

TALLER DEL EMPRENDEDOR

FECHA 13 DE JUNIO 2021

GABRIEL COUTIÑO MENDOZA

LAS 4 P'S

El concepto de las 4 P's del marketing. Fue propuesto por Jerome McCarthy, experto en su área, es el responsable de este concepto en 1960.

busca ofrecer el producto adecuado en el momento adecuado a sus compradores. Para organizar y ser más efectivos nació el concepto como el **las 4P del marketing**

Producto, Precio, Punto de venta y Promoción

Estos elementos tienen la capacidad de explicar cómo funciona de la forma completa e integral el marketing.

Producto:

Es el elemento sobre el que gira cualquier tipo de campaña de marketing, pretende satisfacer un deseo o necesidad de cualquier consumidor y no es algo tangible, sino que engloba valores e ideas.

Precio:

Fixar el precio adecuado no es fácil debe cuidarse con suma delicadeza. Es algo en lo que cualquier consumidor busca la vista antes siquiera de observar sus características o diferencias frente a una posible competencia.

Punto de venta:

Es el proceso mediante el cual tu servicio o producto llega hasta tu cliente. es una cuestión que influye directa en satisfacer a los consumidores y en el margen de ganancias.



Promoción

En la Promoción se incluyen todas las formas posibles de dar a conocer un servicio o producto y actualmente, gracias a las nuevas tecnologías, se puede hacer con cualquier tipo de publicidad, radiofónica y escrita. Puede adaptarse por los diversos canales de televisión, calles públicas y radios u otros por estrategias digitales de inbound marketing o social ads. Se debe seleccionar la mejor forma de llegar a tu público objetivo tras estudiar sus necesidades y hábitos.

Aplicar los 4P en un producto o servicio es relativamente sencillo

- 1. Debes comenzar por **definirlo en detalle** y decirlo claro que sea lo que vendes.
- 2. En segundo lugar debes **actuar a gusto** teniendo en cuenta que este dentro de lo que tu cliente desea **comprar**.
- 3. En tercer lugar debes **escoger la logística** más rentable para tu producto, en caso de que hayas optado por un servicio.
- 4. Por último, solo te queda **Promocionarlo**. Escoge el canal más adecuado a tus posibilidades económicas y asegúrate de que llegas a tu público objetivo.