

## **Marketing y Ventas**

Ambos son herramientas de primera necesidad para el éxito de un negocio. No se puede prescindir de cualquiera de los procesos. Solo si trabaja estratégicamente para combinar ambos esfuerzos experimentará un crecimiento satisfactorio. Sin embargo, por la misma razón, si los esfuerzos están desequilibrados o los departamentos no se comunican correctamente, pueden afectar al crecimiento del negocio.

### **Sobre el Marketing**

El Marketing debe consistir en estrategias que puedan medir su alcance y trabajar para convencer a sus clientes potenciales que usted es la mejor compañía para ellos. Es el mensaje que prepara la perspectiva para la venta. Podría consistir en la publicidad, las relaciones públicas, medios de comunicación social, marketing relacional, marketing de marca, marketing viral y la publicidad directa.

### **Estas son algunas características que permiten diferenciarlo de las ventas:**

El marketing es de uno a muchos.

Enfoque de la imagen global para promover y cumplir con los deseos del cliente a través de productos y/o servicios que la empresa puede ofrecer.

El marketing tiene alcance en la investigación de mercado, la publicidad, las ventas, las relaciones públicas, el servicio al cliente y la satisfacción.

Resultados normalmente a largo plazo.

El marketing muestra cómo llegar a los clientes y construir una relación de larga duración.

Se dirige a la construcción de una identidad de marca para que sea fácilmente asociado con la satisfacción de una necesidad.

### **Sobre las Ventas**

El proceso de venta consiste en la interacción interpersonal. A menudo se realiza por una reunión de uno-a-uno, llamadas, y la creación de redes. Es algo que se acopla con el cliente potencial a nivel personal. La mayor parte del tiempo, el cliente potencial ha llegado al área de ventas a través de los esfuerzos de marketing.

### **Estás son algunas características que lo diferencia del marketing:**

Las ventas son de uno a uno.

Busca cumplir con los objetivos de volumen de ventas.

Una vez que un producto ha sido creado por una necesidad del cliente, las ventas persuaden al cliente a comprar el producto para satisfacer sus necesidades.

Resultados normalmente a corto plazo.

La venta es el resultado de la buena gestión del vendedor y de la campaña de marketing.

Las ventas son la estrategia para satisfacer necesidades de un individuo, impulsados por la interacción humana. Es la capacidad de satisfacer una necesidad en el momento adecuado.

## **Orientación al producto**

Este es el tipo de orientación más utilizado en la antigüedad y sobre todo en comunidades pequeñas. En él destaca la idea de centrarse en el producto, la disponibilidad de recursos y las expectativas de la empresa para producir un bien o brindar un servicio y venderlo en las condiciones que le sean favorables a su criterio. No existe consideración mayor sobre los intereses o expectativas de los consumidores, ni por su experiencia o satisfacción con el producto o servicio.

## **La mercadotecnia**

Es un conjunto de actividades que se realizan para identificar las necesidades de un público determinado con el objeto de brindarle productos o servicios para satisfacerlos de la forma más adecuada.

La mercadotecnia se encarga del proceso de planificación de las actividades de la empresa en relación con: el precio, la promoción, distribución y venta de bienes y servicios que ofrece

## **Diferencias**

**La orientación al producto** se produce cuando el mercado es nuevo y principalmente hay una empresa que domina sobre las demás, es decir, tiene el monopolio del mercado, por lo que su única preocupación es mejorar el proceso productivo y no preocuparse de otras cosas, como buscar la competencia con otras empresas o mejorar los precios.

**La mercadotecnia** se produce en el momento en que el mercado ya está asentado. Esto es, no es un mercado nuevo, por lo que las empresas buscan conocer los gustos de los consumidores con el objetivo de conseguir adaptar lo que ofrecen a las necesidades de los potenciales clientes. De esta manera, el mercado de los productos es mayor, se produce más diversificación.