



Nombre del alumno: Gabriela Guadalupe Morales Argüello

Nombre del docente: Lic. Gladis Adilene Hernández López

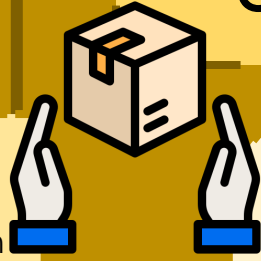
Tema: MARKETING. El producto. Concepto y Desarrollo

Materia: Taller del emprendedor

Grupo: B

Comitán de Domínguez Chiapas Octubre del 2022

MARKETING El producto. Concepto y Desarrollo



Marketing

Se encarga crear un cóctel con todos esos elementos, tangibles e intangibles, y dar forma al producto para comunicárselo al mercado de la mejor forma posible.

¿Qué es producto?

"Cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor y sea susceptible de satisfacer una necesidad"

Características

- Núcleo
- Calidad
- Precio
- Envase
- Diseño, forma y tamaño
- Marca, nombres y expresiones
- Servicio
- Imagen del producto
- Imagen de la empresa

Tipos de productos

- Producto de consumo duradero
- Producto de consumo destructivo

Según jerarquía de Kloter

- Grupo de necesidades
- Grupo de productos
- Clase de productos
- Línea de productos
- Tipo de productos
- Marca
- Producto



Ciclo de vida del producto



Gestión del producto

Por parte de la empresa es una tarea importantísima ya que con esas decisiones está posiblemente comprometiendo a la empresa en el medio y largo plazo.

Aspectos importantes

- Temporalidad del producto
- Características técnicas y necesidades que va a satisfacer



Un producto es la suma de varios elementos y percepciones que hacen que éste sea diferente

- El producto en sí mismo
- Lo que el cliente percibe como diferente del producto

Gestión de la cartera de productos

Análisis de la estrategia de productos

- Cartera de productos
- La línea de productos
- La amplitud de cartera
- La profundidad de dicha cartera

Problemas básicos

- Buscar nuevos productos
- Evaluarlos y seleccionar a los mejores candidatos
- Lanzar nuevos productos

Enfoques: Pruebas técnicas del producto y pruebas del producto en uso

Investigación, desarrollo e innovación en la creación de productos

El lanzamiento de nuevos productos es una labor necesaria para la empresa que quiera tener un objetivo de supervivencia a largo plazo.

Causas de fracaso: el producto no satisface una realidad real y el producto sí satisface una necesidad pero la estrategia de Marketing no ha sido definida correctamente.

Proceso de creación de nuevos productos

- Obtención de ideas de nuevos productos: canales informales y formales
- Decisión sobre las ideas aportadas
- Viabilidad del producto
- Test del producto



Modificación y anulación de productos

La modificación del producto y anulación de éste, en su caso, vendrán condicionadas por el concepto "ciclo de vida de un producto".

Vías:

- Proceso continuo de empresas que nacen y mueren con cierta rapidez, a no ser que sean capaces de adaptar sus estructuras técnicas, comerciales y financieras a las nuevas situaciones planteadas.
- Una enorme flexibilidad estructural de la empresa para poder adaptarse y dar respuesta a las demandas cambiantes del mercado

Un nuevo producto puede consistir en:

1. Una innovación total cuando es nuevo para el mercado y para la empresa
2. En una nueva marca cuando sólo es nuevo para la empresa
3. En un nuevo modelo

La calidad del producto

Una de las causas principales de las variaciones coyunturales que hemos destacado es, sin duda, la evolución cualitativa del producto. Éste, en efecto, no puede ser nunca igual al principio que al final de su carrera: se perfecciona constantemente para adaptarse a los deseos de los consumidores y a los progresos de la técnica.

Ejemplo



Bibliografía

D. P., & Martínez de Ubago, I. P. (2006). El Producto. Concepto y Desarrollo. *eoi Escuela de Negocios*, 4- 33.