

Universidad del Sureste

Licenciatura en Medicina Humana

Materia:

Taller del emprendedor

Super notas:

“El producto”

Docente:

Mtra. Gladis Adilene Hernández López

Alumna:

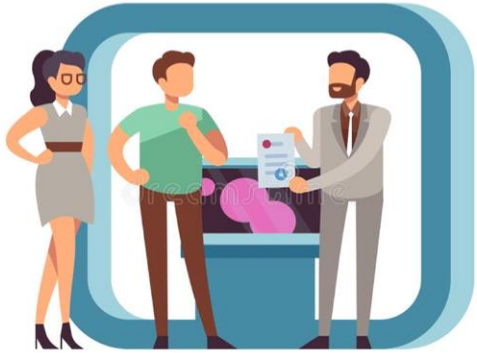
Guadalupe Elizabeth González González

Semestre y grupo:

7 “B”

Comitán de Domínguez, Chiapas a; 15 de octubre 2022.

EL PRODUCTO. CONCEPTO Y DESARROLLO



Empresa y el consumidor = diálogo permanente y sutil ---->PRODUCTO

Satisfacción del cliente



El producto debe estar cargado de sentido para el consumidor.



El consumidor se separa inevitablemente de una empresa que ni le escucha ni le oye.

¿Por qué perdemos clientes?



La publicidad tiene como misión traducir prácticamente en una forma verbal o gráfica todo el mensaje que el propio producto quiere transmitir al Mercado.

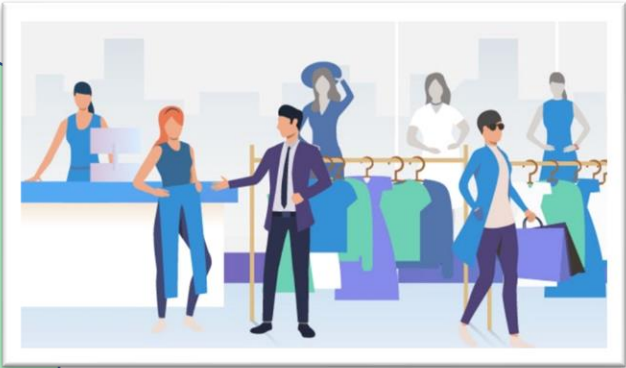




Un producto es "cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor y sea susceptible de satisfacer una necesidad"

Características del producto

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

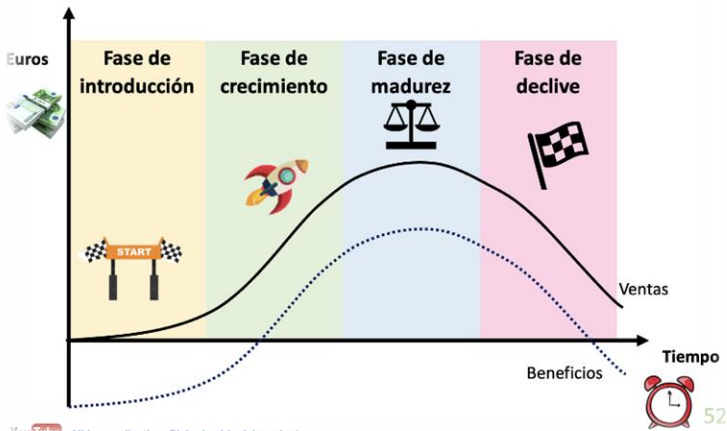


La marca se define como "un nombre, término, símbolo o diseño, o una combinación de ellos, que trata de identificar los productos y servicios de un vendedor o grupo de vendedores y diferenciar-los de sus competidores".



FASES DE LA VIDA DEL PRODUCTO

Ciclo de vida del producto



- a. la fase de puesta a punto (0)
- b. la fase de lanzamiento (I)
- c. la fase de desarrollo (II)
- d. la fase de madurez (III)
- e. la fase de decadencia (IV)

Las causas principales de las variaciones coyunturales que trastornan la curva fundamental son:

Fuera de la empresa:

En el interior de la empresa:

