

CONTADURÍA PÚBLICA Y FINANZAS

7º CUATRIMESTRE

Nombre de la alumna:

Dariana Lisseth Domínguez Gómez

Nombre de la profesar:

Lic. Diego Alexis Esponda

Nombre del trabajo:

Análisis de un Caso de Dirección a través del Proceso Administrativo (coca cola)

Materia:

Dirección y liderazgo

Coca-Cola

INTRODUCCIÓN

En este caso práctico, nos basamos en la empresa de coca cola ya que es una empresa reconocida mundialmente; este producto es reconocido por su excelente estrategia de mercado.

Daremos a conocer el análisis de este proceso técnico ya que eso nos ayuda a conocer los beneficios, segmentos, definición, y todo el proceso que lleva la empresa para llegar a sus objetivos deseados.

ANÁLISIS DE UN CASO DE DIRECCIÓN A TRAVÉS DEL PROCESO ADMINISTRATIVO (COCA COLA)

Coca-Cola ha llegado a ser el líder entre las diferentes bebidas gaseosas, producto de una estrategia publicitaria que ha privilegiado los comportamientos de los diversos sectores sociales, los intereses, y formas de relación de las personas, etc., generando un resultado beneficioso a partir de una estrategia seductora: el público se ha encontrado tentado a preferir Coca-Cola antes que cualquier otra bebida, porque la asociación mental ha llegado a influenciarlo, subliminalmente.

El objetivo de coca cola siempre va a ser llegarles a todos sus consumidores ya que los mensajes de la marca son siempre agradables y positivos. Eso la hace tan popular y bienvenida. En sus comerciales, nos animamos a decir que todos los finales son sorprendentes, aunque inconscientemente previsibles, por eso vale aclarar que la publicidad es reina en este campo. Por eso, las posibilidades de llegar efectivamente al receptor son tantas.

oca cola a través de su publicidad ha adquirido consumidores fieles a su marca, que tienden a quedar satisfechos con el producto comprado. La publicidad mejora el aprendizaje mediante el refuerzo de modelos deseables de comportamiento o de expectativas, debido a que la mente humana tiene la capacidad de absorber y procesar la comunicación simbólica. La comercialización puede promover exitosamente productos tangibles e intangibles y conceptos de productos a través de medios masivos.

La empresa Coca-Cola tiene un contrato con la marca deportiva y distribuidores de todas sus bebidas a todas las tiendas. A lo largo de los años, se ha convertido en el líder indiscutible en la satisfacción de las necesidades de los clientes. En 2021 nadie debería ver la campaña de Coca-Cola para pensar en esta bebida y comprarla. Después de todo, las empresas invierten en publicidad. En este sentido, es útil definir la competencia publicitaria de Coca-Cola Vs Pepsi. La capitalización de mercado de Coca-Cola y la implementación del mercado de Coca-Cola incluyen inversión e inversión económica en el mercado y la comunicación. Por lo que tiene presencia digital, así como perfiles y redes sociales que, en la era digital, tienen más interacción social. ¿Cómo el plan de Coca-Cola no puede incluir presencia digital? Sería difícil para él tener éxito sin este apoyo, si bien es cierto que el éxito de la empresa es muy antiguo. Sin embargo, la publicidad corporativa y la publicidad digital pueden pasar por alto el potencial de los nuevos clientes de Coca-Cola. Con un presupuesto o más, pero esta cara también está cubierta.

CONCLUSIÓN

La coca cola es un producto bástate reconocido mundialmente, se basa en las herramientas de comercialización como márquetin mix, con esta técnica la empresa de coca cola ha entrado al mercado internacionales gracias a la utilización de estrategias eficaces.

La importancia de realizar la segmentación de mercado permiten llevar a cabo programas o planes de marketing ventajosos, sobre la concentración en consumidores, que usan grandes cantidades del producto y el uso estratégico de los recursos de servicios al cliente, con esto concluimos que ninguna empresa se puede dar el lujo de producir un producto distinto para cada consumidor es por ello que selecciona un segmento o un conjunto de segmento de preferencias similares y en base a esto trabajar para que su empresa sea reconocida y preferida por el cliente.