

FUNDAMENTOS DEL MARKETING



Concepto de mercadotecnia J. Stanton define a la mercadotecnia como un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactores de necesidades,



Funciones de la mercadotecnia 1. La investigación de mercado 2. El desarrollo del producto 3. La distribución del producto 4. La promoción del producto 5. La venta y el precio 6. La posventa.



MARKETING INTERNO: Estrategias dirigidas a los empleados dentro de una organización para promover la cultura, valores y objetivos de la empresa



MARKETING EXTERNO Actividades destinadas a atraer y retener clientes externos, comunicando la propuesta de valor y la oferta de productos o servicios de la empresa.



MARKETING INTERACTIVO: Estrategias que involucran la participación activa de los consumidores, creando experiencias bidireccionales entre la marca y su audiencia.



Proceso de la mercadotecnia Se divide en dos momentos, de los cuales en el primero se busca crear y valor para los clientes y establecer sólidas relaciones con éste, mientras que en un segundo momento la organización obtiene valor de los consumidores en forma de ventas, utilidades y valor del cliente a largo plazo.