

UNIDAD III LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA

@SITIOINCREIBLE

CONCEPTO DE MEZCLA DE MERCADOTECNIA

también conocido como las 4p para referirse a las decisiones que se toman en el área de mercadotecnia en relación con producto ,precio,plaza, y promoción .s

IMPORTANCIA EN EL PLAN DE MERCANCÍA

Es parte de la planificación integral o plan de negocio de la empresa y como tal debe tener en cuenta (objetivos y políticas generales de la empresa) (objetivos específicos del sector comercial) (políticas del área comercial)

PORQUE ES UNA MESCLA

no actúan de forma conjunta entre sí ,si no que también se combinan necesariamente con otros factores como son las afinanzas y la producción ,los cuales en conjunto ,forman estrategias en las que no deben existir contradicciones internas a riesgo de perder efectividad

APLICACION DE LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA

El punto de partida es que la mezcla de mercadotecnia debe coincidir con los objetivos establecidos ,para ejemplificar la trascendencia de las 4p en una empresa considera lo siguiente (producto y consumidor objetivo)

CONCEPTOS DE PRODUCTO Y SERVICIOS

conjunto de atributos fundamentales Unidos en una forma indistinguible por un nombre descriptivo (o genérico) en el común de la gente entiende ,los clientes más que compran un conjunto de atributos comprar beneficios que satisfacen sus necesidades ,los productos incluyen objetos físicos ,servicios,personas,lugares,organizaciones o ideas

ADMINISTRACIÓN DEL CICLO DE VIDA Y DE LAS ESTRATEGIAS DE PRODUCTO

el ciclo de vida de un producto es un concepto que proporciona una forma de trazar las etapas de la aceptación de un producto ,desde su introducción (nacimiento) hasta su declinación (muerte) un producto progresa por cuatro etapas importantes , introducción ,crecimiento ,madurez y declinación .

ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS DE PRECIOS

la mayoría de las compañías establecen sus precios basados en (costo total más una ganancia decidida) el análisis marginal ,una consideración tanto de la demanda como de la oferta del mercado)(las condiciones competitivas del mercado)