



Mi Universidad

Supernota

Nombre del Alumno: Francisco de Jesús Álvarez Velasco

Nombre del tema: Mercadotecnia

Parcial: 2

Nombre de la Materia: Desarrollo empresarial

Nombre del profesor: Reyes Molina Andrés Alejandro

Nombre de la Licenciatura: Medicina veterinaria y zootecnia

Cuatrimestre: 6

Desarrollo empresarial

Merchandotecnia

El Marketing es el conjunto de técnicas que a través de estudios de mercado intentan lograr el máximo beneficio en la venta de un producto: mediante el marketing podrán saber a qué tipo de público le interesa su producto.



Su función primordial es la satisfacción del cliente (potencial o actual) mediante las cuales pretende diseñar el producto, establecer precios, elegir los canales de distribución y las técnicas de comunicación más adecuadas

La mercadotecnia del producto

Producto: Cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, uso o consumo y que satisfaga una necesidad.

La política de producto incluye el estudio de 4 elementos fundamentales:

1. La cartera de productos
2. La diferenciación de productos
3. La marca
4. La presentación

Precio: Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto

Para determinar el precio, la empresa deberá tener en cuenta lo siguiente:

1. Los costes de producción, distribución
2. El margen que desea obtener.
3. Los elementos del entorno: principalmente la competencia.
4. Las estrategias de Marketing adoptadas.
5. Los objetivos establecidos.

Plaza o Distribución: Elemento del mix que utilizamos para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente

Cuatro elementos configuran la política de distribución:

1. Planificación de la distribución
2. Canales de distribución
3. Distribución física
4. Merchandising.



Promoción: La comunicación persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. Los objetivos principales de la comunicación son: Comunicar las características del producto

En el marketing de servicios, al mix original se le han agregado 3P's nuevas

- Personal
- Evidencia Física
- Procesos

Las personas que trabajan en la empresa. La mayoría de las empresas olvidan que mercadotecnia es también satisfacer las necesidades de la gente que trabaja dentro de ellas

Tendencias actuales del marketing

Marketing social" u orientación a la responsabilidad social

1. **Marketing relacional**
2. **Marketing holístico**
3. **Dayketing**
4. **Marketing**



Los clientes. Es obvio que los productos o servicio se buscan mejor y mucho más rápido si estos están acomodados adecuadamente en su lugar, satisfacer alguna necesidad de la gente, y la gente estará dispuesta a pagar por esa satisfacción

La investigación del mercado

La investigación de mercado es un proceso utilizado para resolver problemas entre la empresa y sus mercados, mediante la búsqueda y el análisis de información.



la investigación profesional es realizada generalmente por el departamento de investigación de marketing de una empresa, por una empresa consultora o por una empresa dedicada a elaborar investigaciones de mercado.

Luego en el marketing, la investigación de mercado se puede dividir en dos categorías:

- Investigación académica
- Investigación profesional

La investigación académica es llamada también investigación científica, porque es realizada para obtener información sobre temas de interés trascendental para toda la sociedad relacionada con el tema del mercadeo.

La mezcla del mercado

La mezcla de marketing es una selección de herramientas de marketing que incluye diversas áreas de interés que se pueden combinar para crear un plan completo

El concepto de los cuatro elementos de la mezcla de marketing fue introducido por Jerome McCarthy en su libro: "Basic Marketing: A Managerial Approach".

Se refiere a la mezcla cuidadosamente diseñada de estrategias y prácticas que una empresa utiliza para impulsar el negocio y la promoción de productos con éxito.

Los siete elementos de la mezcla de marketing son los siguientes:

1. Producto o servicio
2. Precio
3. Promoción
4. Coloca
5. Personas
6. Embalaje
7. proceso

Algunos procesos a tener en cuenta:

- ¿Es la logística de tu principal canal de distribución rentable?
- ¿Cómo es tu logística de programación y entrega?
- ¿Se quedarán tus minoristas externos sin producto en momentos críticos?
- ¿Dispones de suficiente personal para cubrir los momentos de mayor actividad?
- ¿Los artículos se envían de forma fiable desde tu sitio web?



En este contexto, la experiencia del cliente se considerará la oportunidad de acceder a alimentos básicos, aperitivos y una serie de productos útiles para el hogar, el ocio, etc.

Al intentar comprender qué son la mezcla de marketing y los siete elementos del marketing, pueden surgir muchas dudas

En realidad, hay tantos tipos de mezclas de marketing como empresas activas hay en el mundo.

los siete tipos de mezcla de marketing establecido y más común que se detallan a continuación.

1. Mezcla de productos
2. Progresión y ciclo de vida del producto
3. Mezcla de cobertura de mercado
4. Mezcla de servicios
5. Mezcla de programas de marketing
6. Mezcla de canales/integración vertical
7. Mezcla de marketing global

Los cuatro elementos son el producto, el precio, el lugar y la promoción son los siguientes:

- Producto
- Precio
- Lugar
- promoción

Un buen ejemplo de mezcla de marketing puede ser una tienda de barrio.

Planes de introducción al mercado

El plan de introducción al mercado; en la estructuración de acciones concretas a realizar en los primeros meses de desarrollo de la empresa, para garantizar una entrada exitosa en el mercado.

Para llevar a cabo exitosamente el diseño del plan de marketing de una microempresa es indispensable realizar un análisis del entorno

De esta manera, es necesario hacer un estudio de la competencia para conocer los productos que ofrecen, precios, ubicación y la calidad de su servicio.



Distribución del producto: Nuestros productos serán distribuidos: ejemplo, en un kiosco que estará ubicado en el municipio en el parque central, en forma personal a las personas que quieran deleitar de un rico café o de un buen sándwich.

El lanzamiento será acompañado de una promoción; Al momento de lanzar nuestro producto al mercado, tenemos planeado utilizar ofertas entre las cuales tenemos: por la compra de dos cafés se les regalara un sándwich, por la primera compra de tres cafés el cuarto será totalmente gratis y dos sándwich al precio de uno

Sistemas de venta (planeación y administración)

Las **ventas** constituyen una de las funciones básicas de la empresa

El mejor sistema contable, la mejor publicidad y los mejores métodos de producción no podrán en nada si las ventas no ocurren, nada pasa en la empresa hasta que alguien vende.

Las ventas pueden traducirse en el resultado final de un adecuado **sistema de producción**, acompañado por el diseño y desarrollo de un plan integrado de mercadotecnia

Existen diversos sistemas de ventas, que abarcan desde las personales, hasta aquellas que implican sistemas complejos de distribución

Las ventas personales son especialmente importantes para el pequeño empresario, ya que la mayor parte de las actividades de venta en la pequeña empresa se realizan en esa forma.



Segmentar consiste en dividir el mercado en secciones más pequeñas con características homogéneas entre sí y heterogéneas en cuanto a otros grupos del mercado

Los **criterios de segmentación** son muy diversos, pueden obedecer a características demográficas, como sexo, edad, nivel de ingresos, regiones geográficas

Los segmentos de mercado a los cuales planea orientarse la empresa dictarán aspectos importantes para el área de ventas, como: punto de ventas, esfuerzo publicitario que le acompaña, cantidad a distribuir, etcétera.

Otro aspecto que repercute en el área de ventas es el aspecto organizacional de la misma

En el caso de ventas, el organigrama puede estar estructurado en función del área geográfica, línea de productos o por clientes, entre otros criterios.

