miMind

ASPECTOS MERCADOLOGICOS

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- Es el camino seguido por un producto o servicio para ir desde la fase de producción a la de asquisición o consumo
- Es el medio del que se vale el fabricante para poner sus productos al alcance de los consumidores
- Se puede utilizar en forma descriptiva para indicar un patron de ordenamiento y una estructura de partes
  - En el mismo sentido que hay entre las organizaciones y los sistemas de marketing

MERCADOTECNIA INTERNACIONAL

- Se entiende como la disciplina dedicada a la elaboración de estrategias para las gestiones comerciales
- El marketing internacional es el objetivo que se propone toda empresa que decide ofrecer sus productos al extranjero
  - Las empresas aveces se tienen que enfrentear a distintos panoramas
    - Se tienen que prever las dificultades que pueden presentarse ya sea porque el mercado pueda desconocer
- Consiste en conseguir un consumidor fiel a los productos que se ofrecen
  - Es la manera de mantener a una población cada vez mas cercana, al mismo tiempo que se estudian los gustos

ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

- Es una caracteristica diferencial de una empresa que la hace desmarcarse de la competencia y colocarse en una posición claramente superior respecto del resto
  - Debe ser unica en su sector, apreciaada por el consumidor o cliente final y capaz de mantenerse a travez del tiempo
- LIDERAZGO EN COSTES
  - Se basa en vender productos o serviciios a un precio inferior al de la competencia
  - El producto o servicio no necesitan ser los mejores, solo tener una calidad aceptable
- ESZTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN
  - Se basa en dotar al producto de una cualidad unica que es valorada de forma positiva
  - Esta cualidad unica puede apoyarse en todo tipo de caracteristicas
    - Diseño, atributos tecnicos, desempeño, atencion al cliente,ETC
- ESTRATEGIA DEL ENFOQUE
  - Se centra en un segmento especifico del mercado, creando productos y servicios especialmente diseñados para responder a sus necesidades
  - Con esta estrategia la empresa se dirige a un mercado mas pequeño

RECURSOS HUMANOS

- Se define como las actividades esenciales de las personas para lograr los objetivos de la organización, consiste en contratar sus serviciios
  - Esta area debe teneruna posicón estrategica dentro de la organización
- Es la maxima responsable de la estancia y trayectoria del personal de una organización
- Su principal objetivo es la formulación de estrategias organiuzacionales