



**Nombre del profesor: Aldo
Irecta**

**Nombre del ALUMNO: PAULA
MARINA AGUILAR MORALES**

Unidad:1

Materia : Mercadotecnia

La Mercadotecnia

Importancia de la Mercadotecnia:

La mercadotecnia es crucial porque ayuda a las empresas a entender y satisfacer las necesidades de los consumidores, estableciendo una conexión entre los productos y el mercado. Gracias a ella, las empresas pueden mejorar su competitividad, aumentar sus ventas y fidelizar a los clientes. En un mundo globalizado y lleno de opciones, la mercadotecnia permite que las empresas se diferencien



La mercadotecnia no solo se trata de vender un producto o servicio, sino de crear relaciones duraderas con los consumidores, adaptar la oferta a sus necesidades y deseos, y construir una marca fuerte y competitiva en el mercado. Sin una adecuada estrategia de mercadotecnia, las empresas corren el riesgo de quedarse atrás en un mercado cada vez

Objetivos de la Mercadotecnia:

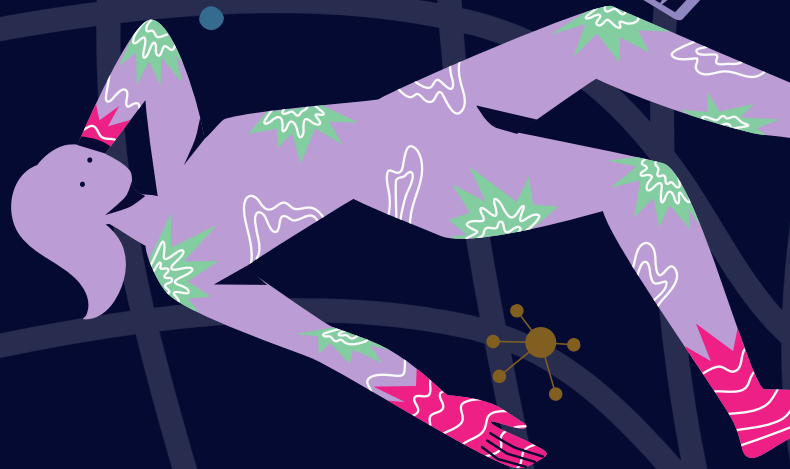
- Satisfacción del cliente: El principal objetivo es identificar
- Incrementar las ventas: A través
- Fidelización: Crear relación
- Posicionamiento de marca: Asegurarse de
- Rentabilidad: Genera



El principal objetivo de la mercadotecnia es identificar y comprender las necesidades y deseos del cliente, para ofrecer productos y servicios que los satisfagan de manera efectiva, mejorando su experiencia y generando una relación positiva y duradera con la marca.

Funciones de la Mercadotecnia:

- Investigación de mercado: Recopilar y analizar
- Desarrollo de productos: Diseñar y crear
- Segmentación del mercado: Definir
- Promoción: Crear conciencia
- Distribución: Asegurarse de que el producto llegue al consumidor
- Fijación de precios: Establecer el precio adecuado
- Análisis de resultados: Evaluar el desempeño



Intervención crucial

Es el proceso de recopilar, analizar e interpretar información sobre el mercado, los consumidores, los competidores y el entorno en general. La investigación permite entender mejor las necesidades, preferencias y comportamientos de los consumidores, lo que ayuda a tomar decisiones informadas sobre productos, precios y estrategias de comunicación.

