



Nombre de la universidad:

Universidad del sureste UDS

Nombre de la alumna:

Yadira Guadalupe Morales Ramírez

Nombre del profesor:

Aguilar Morales Alejandro

Nombre del trabajo:

Mapa conceptual de consumidor y marca

Materia:

Mercadotecnia nutricional

Grado:

Octavo cuatrimestre

Grupo:

A

Comitán de Domínguez Chiapas. Febrero de 2025.

EL CONSUMIDOR

↓ Es

Una persona o entidad

↓ Que

Adquiere y utiliza productos o servicios

↓ Para

Satisfacer sus necesidades y deseos

Características

↓ Tienen

Puntos clave

↓

Deseos y necesidades

↓ Que

Buscan satisfacer

↓

Comprando productos o servicios

Un comportamiento de compra único

↓

Influenciado por factores

↓ Como

Edad, género, educación y cultura

Percepciones y actitudes

↓ A

Productos y servicios

↓ Que

Influyen al tomar una decisión

Capacidad de pago limitada

↓ Que

Influye en su decisión

Acceso a información

↓ Sobre

Productos y servicios

↓ Es

El centro de atención

↓ Ya

Que es el objetivo final

↓ De

Cualquier negocio

↓ La

Segmentación del mercado

↓ Es

Fundamental para atender

↓

Necesidades y deseos

↓ La

Personalización de productos y servicios

↓ Es

Importante para satisfacer

↓

Necesidades y deseos

↓ La

Experiencia es fundamental

↓ Para

Generar lealtad y satisfacción

↓ Las

Empresas deben ser éticas y responsables

↓

Socialmente en su tratamiento

MARCA

↓ Es

Un activo intangible que representa

↓ La

Identidad y personalidad de una empresa

Características

↓ Debe

Tener
identidad única

↓ Que

La distingue de
otras

Ser
reconocida

↓ Por

Sus clientes y
prospectos

Estar
asociada

↓ A

Valores,
beneficios y
atributos

↓
Importantes
para sus
clientes

Ser
consistente

↓ En

Su
comunicación
y presentación

Ser diferente

↓ A

Otras marcas
del mercado

Puntos clave

↓ Es

Un activo
valioso

↓ Para

Una empresa

↓ Debe

Ser protegida

↓ Debe

Ser
consistente

↓ Para

Evitar
confusión

↓ Debe

Ser flexible y
adaptarse

↓ A

Todos los
cambios

↓ Debe

Ser medida

↓ Para

Evaluar su
rendimiento

↓ Y

Hacer ajustes

Bibliografía

Antología de la Universidad Del Sureste (UDS) del año 2025 De Mercadotecnia
nutricional