

**NOMBRE DEL ALUMNO:**

**Sofía Yamileth Guillén Flores**

**NOMBRE DEL MAESTRO:**

**Lic. Alejandro Aguilar**

**NOMBRE DEL TRABAJO:**

**Mapa Conceptual**

**MATERIA:**

**Mercadotecnia nutricional**

**GRADO Y GRUPO**

**LNU-8A**

# EL CONSUMIDOR Y EL CONCEPTO DE MARCA



## EL CONSUMIDOR

Persona o entidad que adquiere y utiliza productos o servicios para satisfacer sus necesidades y deseos



## EL CONSUMIDOR

En mercadotecnia, es necesario que el producto sea elaborado para grupos de personas con rangos de edad, sobre eso vender



## CARACTERÍSTICAS

1. Necesidad y deseo
2. Comportamiento de compra
3. Percepción y actitud
4. Capacidad de pago
5. Acceso a la información



## PUNTOS IMPORTANTES

1. El consumidor es el centro de atención
2. La segmentación es clave
3. La personalidad es importante
4. La experiencia del consumidor es fundamental
5. La ética y la responsabilidad social son importantes



## AYUDARA

- A satisfacer al cliente
- Mejorar la atención al cliente
- Usar propuestas innovadoras



## INFLUIRA

- La forma de la capacidad del pago, e influirá en las decisiones acerca de la compra del producto, necesitan acceso a información



# EL CONSUMIDOR Y EL CONCEPTO DE MARCA

## LA MARCA

El objetivo final de cualquier negocio o empresa, deben de estar enfocadas a promocionar sus productos

### DEBERÁ

- Tener algo que los distinga y haga ser únicos.
- Busca los reconocimientos de los clientes.
- Debera ser diferente a las demas

### TAMBIÉN

- Deberá ser consistente, persistente y deberá innovar, actualizarse cada vez más
- Deberá ser a la medida para evaluar su rendimiento para mejorar la efectividad
- Deberá tomar las sugerencias de los clientes.

## MARCA

Es un activo intangible que presenta la identidad y la personalidad de una empresa y su objetivo de productos o servicios.

### CARACTERÍSTICAS

1. Identidad única
2. Reconocimiento
3. Asociación
4. Consistencia
5. Diferenciación

### PUNTOS CLAVES

1. La marca es un activo valioso
2. La marca debe ser protegida
3. La marca debe ser consistente
4. La marca debe ser flexible
5. La marca debe ser a la medida

