

CONCEPTOS DE MERCADOTECNIA

EL CONSUMIDOR

ES

La persona o entidad que adquiere y utiliza productos o servicios para satisfacer sus necesidades y deseos.

CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR

1. Tienen **necesidades y deseos** que buscan satisfacer a través de la compra de productos o servicios.
2. Tiene un **comportamiento de compra** único.
3. Tienen **percepciones y actitudes** hacia los productos y servicios que influyen en sus decisiones de compra.

4. Tienen una **capacidad de pago** limitada, lo que influye en sus decisiones de compra
5. Tienen **acceso a una gran cantidad de información** sobre los productos y servicios.

PUNTOS IMPORTANTES

1. El consumidor es el **centro de atención**
2. **La segmentación del mercado** sirve para entender las necesidades y deseos.
3. **La personalización de productos o servicios** es importante

4. La **experiencia del consumidor** es fundamental.
5. Las **empresas deben ser éticas y responsables** socialmente en su tratamiento.

CONCEPTO DE MARCA

LA MARCA

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

CARACTERÍSTICAS

1. **Identidad única** que la distinga de otras.
2. Debe ser **reconocida** por sus clientes y prospectos.
3. Estar **asociada** con valores, beneficios y atributos.

OTRAS

4. Ser **consistente** en su comunicación y presentación.
5. Debe ser **diferente** de otras marcas en el mercado.

PUNTOS CLAVE

1. **La marca es un activo intangible** que puede ser muy valioso para una empresa.
2. **La marca debe ser protegida** mediante las registraciones de marcas y la defensa contra la competencia desleal.

3. **La marca debe ser consistente** en su comunicación y presentación.