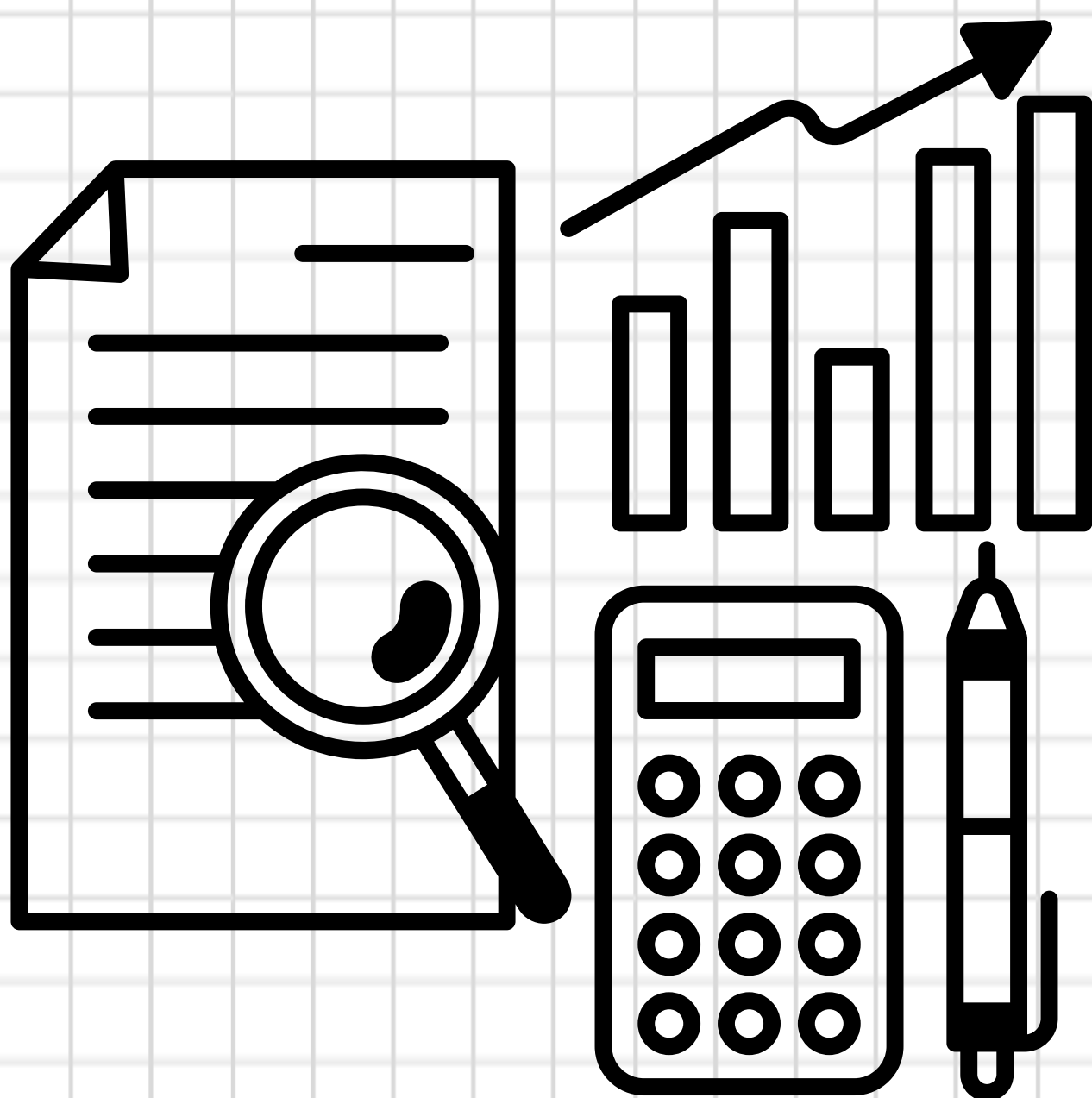


MERCADOTECNIA NUTRICIONAL



ANGEL GABRIEL OJEDA
ALTUZAR

Sistemas del cuerpo humano

¿Qué es la mercadotecnia?



La mercadotecnia (o marketing, en inglés) es el conjunto de actividades, estrategias y procesos que las organizaciones utilizan para crear, comunicar, entregar y ofrecer valor a los consumidores, con el objetivo de satisfacer sus necesidades y deseos, al mismo tiempo que se logra el éxito económico de la empresa. Implica entender el comportamiento del consumidor, investigar el mercado, desarrollar productos o servicios, establecer precios adecuados, distribuirlos y promoverlos de manera efectiva.

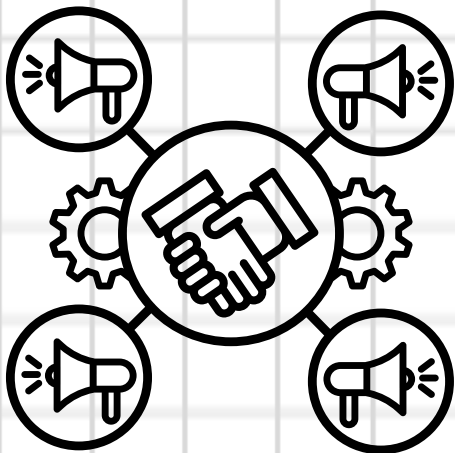
En resumen, la mercadotecnia no solo se trata de vender productos, sino de crear una relación con el cliente, asegurando que este reciba lo que busca de manera adecuada y conveniente.

Ética de la mercadotecnia

La ética de la mercadotecnia se refiere al conjunto de principios y normas morales que deben guiar las decisiones, estrategias y prácticas dentro del campo del marketing. El propósito de la ética en la mercadotecnia es garantizar que las actividades de marketing no solo busquen el beneficio económico, sino que también respeten los derechos de los consumidores, la sociedad y el entorno, actuando de manera responsable y justa.



Mercadotecnia social



La mercadotecnia social es un enfoque del marketing que utiliza las herramientas y estrategias del marketing tradicional, pero con el objetivo de promover cambios de comportamiento o actitudes en la sociedad para mejorar el bienestar público. A diferencia de la mercadotecnia comercial, que busca generar ganancias para una empresa, la mercadotecnia social busca influir en el comportamiento de los individuos para alcanzar beneficios sociales, como mejorar la salud, proteger el medio ambiente, promover la educación o impulsar causas sociales.

La mercadotecnia en la actualidad

La mercadotecnia en la actualidad ha evolucionado significativamente debido a los avances tecnológicos, los cambios en el comportamiento de los consumidores y las nuevas tendencias globales. El marketing ya no es solo una cuestión de vender productos o servicios, sino que ahora implica crear experiencias, generar relaciones duraderas con los consumidores y adaptarse rápidamente a un entorno cambiante. En la actualidad, los consumidores tienen acceso a más información, interactúan de maneras diversas y esperan un enfoque personalizado y auténtico de las marcas.



INFO GRAFIA

1. Digitalización y Marketing en Línea

- Redes Sociales: Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn.
- SEO y SEM: Optimización de motores de búsqueda y anuncios pagados.
- Email Marketing: Personalización y segmentación de audiencias.

2. Marketing Basado en Datos

- Big Data: Recopilación y análisis de datos del comportamiento de los consumidores.
- Segmentación Avanzada: Personalización de ofertas según el perfil del cliente.
- Análisis Predictivo: Previsión de tendencias y comportamientos futuros.

3. Experiencia del Cliente (CX)

- Personalización: Ofertas adaptadas a cada usuario.
- Omnicanalidad: Experiencia coherente en todos los canales (online y offline).
- Interacción constante: Atención al cliente 24/7, respuesta inmediata.

4. Marketing de Contenidos

- Creación de Contenido: Blogs, videos, infografías, podcasts.
- Valor y Relevancia: Ayudar a los consumidores a tomar decisiones informadas.
- SEO de Contenidos: Optimización para mejorar visibilidad.

5. Influencers y Marketing de Recomendación

- Colaboraciones con Influencers: Marketing a través de creadores de contenido.
- Reseñas y Testimonios: Confianza generada por recomendaciones de otros consumidores.