

**LICENCIATURA EN NUTRICIÓN**

**Marketing Nutricional**

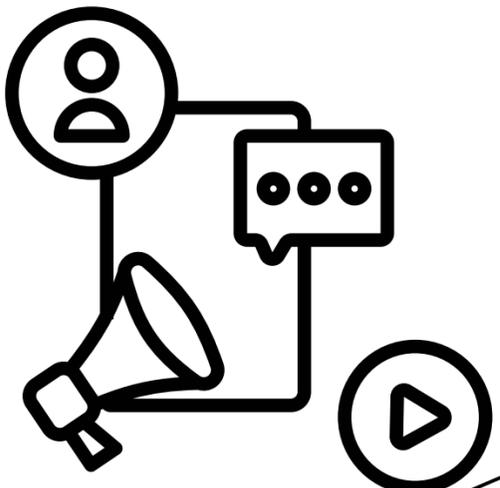
**MAPA CONCEPTUAL**

**DOCENTE: PATRICIA DEL ROSARIO LUNA GUTIÉRREZ**

**ALUMNA: JOSSELINE SARAHI CERDIO ZEPEDA**

**OCTAVO CUATRIMESTRE**

**FEBRERO, 2025**



# CONCEPTOS DE MKT Y SUS APLICACIONES

## ESTRATEGIAS

- PENETRACIÓN DE MERCADOS:  
Empezar con precios bajos para atraer clientes

DESCREMACIÓN

- Precio alto e irlo reduciendo con competencia

BASADO EN EL VALOR

según el valor percibido por el cliente

## DIFERENCIAS

El consumidor que adquiere un producto o servicio donde sea

CLIENTE

Aquel que adquiere un producto o servicio en el mismo lugar

USUARIO

Se le asocia mas a alguien que adquiere servicios en donde mas le

## TIPOS

MODERADO: Aquel que adquiere controlado conscientemente

RACIONAL

compra con argumentos lógicos y objetivos

HABITUAL

Aquel que adquiere con habitualidad los mismos productos y servicios

## IDENTIDAD Y PERSONALIDAD DE MARCA

La imagen que proyecta una empresa al público, mientras que la personalidad de marca es el conjunto de características humanas asociadas a esa imagen.

Nombre de la marca  
Logotipo  
Colores  
Tipografía  
Tono de voz  
Valores de la empresa  
Misión de la empresa  
Creencias de la empresa

## BIBLIOGRAFÍA

Inuit. Marketing. 2025. <https://mailchimp.com/es/resources/brand-identity/#:~:text=La%20identidad%20de%20marca%20es,simple%20logotipo%20de%20una%20empresa.>