



UNIDAD 3. Elaborar de forma creativa un mapa conceptual o un cuadro sinóptico (el de su elección) de los temas que se lograron visualizar e impartir durante estas semanas

Alumna:

ANDRES GUTIERREZ JENNIFER ALONDRA

Docente:

LIC. BRAYAN JARED BETANZOS PIÑA

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Licenciatura:

Licenciatura Medicina Veterinaria y Zootecnia

Materia:

ACCION PROMOCIONAL

Fecha de entrega:

09 de Julio del 2025

SERVICIO AL CLIENTE Y MARKETING DIRECTO

SERVICIO AL CLIENTE

Atención y asistencia brindada al cliente antes, durante y después de una compra.

Factores Clave:

- Exclusividad del servicio
- Servicios ofrecidos por la competencia
- Plan comercial

Objetivos:

- Fidelizar al cliente
- Satisfacer necesidades
- Mejorar la experiencia de compra

Ejemplos:

- Atención personalizada
- Soporte postventa
- Garantías y devoluciones claras

MARKETING DIRECTO

Estrategia que se dirige al cliente de manera individual con mensajes personalizados.

Canales Utilizados:

- Correo electrónico
- Mensajes de texto
- Llamadas telefónicas
- Publicidad en redes sociales dirigida

Ventajas:

- Comunicación inmediata
- Resultados medibles
- Segmentación precisa

Ejemplos:

- Promociones por WhatsApp
- Boletines personalizados
- Cupones enviados por correo