



**Nombre de alumno: Rocio Paola Molina
Mendoza**

**Nombre del profesor: Guillermo
Montesinos Moguel**

**Nombre del trabajo: Ensayo
Materia: Acción promocional**

Grado: 6°

Parcial: 1

**Grupo: "A" Medicina Veterinaria Y
Zootecnia**

Ocosingo Chiapas, 25 de mayo del 2025

IMPORTANCIA DEL MARKETING EN LA INDUSTRIA VETERINARIA

Marketing es el proceso mediante el cual una empresa identifica, anticipa y satisface las necesidades del consumidor a través de la creación, promoción y distribución de productos y servicios, es un proceso social y administrativo mediante el cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación e intercambio de valor con otros.

En la actualidad, se enfoca en conocer a los consumidores y clientes para ofrecerles lo que necesitan y desean de la manera en que más les gustaría adquirirlo. Se aplica como una estrategia de valor agregado o diferencial respecto a los competidores y comprende un proceso empresarial que se interrelaciona con múltiples disciplinas, como la psicología, sociología, administración, comunicación y publicidad.

También ayuda a las empresas a crear una marca reconocible y aumentar su visibilidad. Crea relaciones con los clientes: fomenta que se creen relaciones con los clientes, lo que lleva a la lealtad y a que el cliente vuelva a la marca.

Al ofrecerles contenido relevante, responder a sus dudas, generando confianza y lealtad. Impulsa las ventas e ingresos: Al crear conciencia de marca y construir relaciones sólidas, es más probable que los clientes elijan tus productos o servicios. Además, las estrategias pueden generar lealtad o clientes potenciales, y, en última instancia, impulsar el crecimiento de las ventas y los ingresos.

El marketing busca conservar a los actuales clientes y mantenerlos satisfechos, y además captar a nuevos y potenciales clientes. Para eso, siempre está buscando ofrecer un valor diferencial, que pueda satisfacer deseos individuales. El objetivo es ofrecer a los consumidores los productos que satisfagan sus necesidades y deseos.

Los deseos que requieren de la compra de productos y de servicios dan como resultado la demanda de ese producto en el mercado. Esa demanda puede estar inducida por diversas estrategias de marketing.

Vets, M. (2023) menciona que el marketing aplicado en medicina veterinaria ha ayudado como una herramienta crucial para los profesionales del cuidado animal, permitiéndoles llegar a una audiencia más amplia y poder ofrecer sus servicios de una manera más efectiva, también implica la aplicación de una gran variedad de estrategias y técnicas de marketing adaptadas especialmente a la industria veterinaria

El marketing veterinario se centra en las necesidades y en las preocupaciones únicas de los dueños de las mascotas y en como los servicios veterinarios pueden abordar esas necesidades, incluyendo como la promoción de servicios de atención medica preventiva, campañas de concientización sobre la salud de las mascotas, promociones especiales y la utilización de plataformas para poder llegar a un público más amplio.

Zootecnia, E. (2024) Menciona que es importante el marketing de referencia en veterinaria ya que brinda mayor confianza y credibilidad, ya que habrá recomendaciones de personas conocidas y con las que se comparte un impacto significativo en la toma de decisiones. Un cliente que recibe una recomendación de un amigo o familiar es más propenso a confiar en la clínica y sus servicios.

Ayudará a la reducción de costos: A diferencia de las campañas de marketing tradicionales, el marketing de referencia no implica grandes inversiones económicas. Se basa en el poder de la satisfacción del cliente y la recomendación genuina. Consiste también a la fidelización y retención: Un cliente que recomienda la clínica demuestra un alto nivel de satisfacción y compromiso.

Incentivar el marketing de referencia permite fortalecer la relación con los clientes actuales y aumentar la probabilidad de que regresen en el futuro. Realiza de igual

manera captación de nuevos pacientes: Los nuevos clientes atraídos por recomendaciones suelen ser de mayor calidad, ya que llegan con expectativas positivas y altas favorables hacia la clínica.

Garra, A. (s.f.) señala como se puede fortalecer la relación con los médicos veterinarios para lograr resultados exitosos gracias al marketing, primero que nada, se habla sobre la educación y concientización. El marketing desempeña un papel clave en la educación y concientización sobre los productos veterinarios.

A través de materiales promocionales y eventos educativos, las empresas pueden proporcionar información detallada sobre los beneficios, la eficacia y la seguridad de los productos veterinarios. La calidad del material de marketing es crucial para promover los productos veterinarios de manera efectiva. Folletos, muestras, y presentaciones visuales deben ser claros, precisos y fáciles de entender.

El marketing desempeña un papel fundamental en la construcción de confianza con los médicos veterinarios. Las empresas deben demostrar la calidad y eficacia de sus productos a través de estudios clínicos, y testimonios de clientes satisfechos. El marketing también impulsa la investigación y el desarrollo continuo de nuevos productos y mejoras en los existentes.

También ayudaría a proporcionar apoyo y capacitación a los médicos en el uso adecuado de los productos veterinarios. Esto incluye las indicaciones y contraindicaciones de los productos, la dosificación correcta y la administración adecuada.

El marketing ayudará demasiado a los servicios veterinarios en el mercado, no solo ayudará a la mejora de las clínicas si no también fortalecerá el vínculo con los clientes para promover una mayor conciencia sobre el bienestar de los animales, permitirá adaptarse a las demandas del público, destacar frente a varias competencias y poder brindar un servicio más integral. para su empresa.

Bibliografías:

Vets, M. (2023, 20 noviembre). Marketing aplicado en veterinaria: qué es y qué ventajas ofrece. <https://mundovets.com/2023/11/20/marketing-aplicado-veterinaria/>

Zootecnia, E. (2024, 10 junio). La importancia del marketing de referencia en la veterinaria: Cómo incentivar a tus clientes actuales a recomendar tu clínica. Blog de Zootecnia. <https://zootecniasl.com/blog/importancia-del-marketing-referencia-veterinaria/>

Garra, A. (s. f.). El papel del marketing en la promoción de productos veterinarios. Agencia Garra. <https://agencia-garra.com/inicio/f/el-papel-del-marketing-en-la-promoci%C3%B3n-de-productos-veterinarios>