

Alumno

**Daniel Amilcar García
Trinidad**

9° cuatrimestre

**Lic. Medicina veterinaria y
zootecnia**

Materia

**Taller de
emprend
edor**

Docente

**Lic. Ariadne Vicente
Albores**

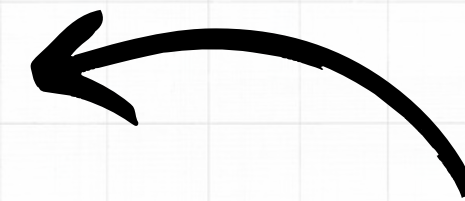
Fecha

01 de julio de 2025

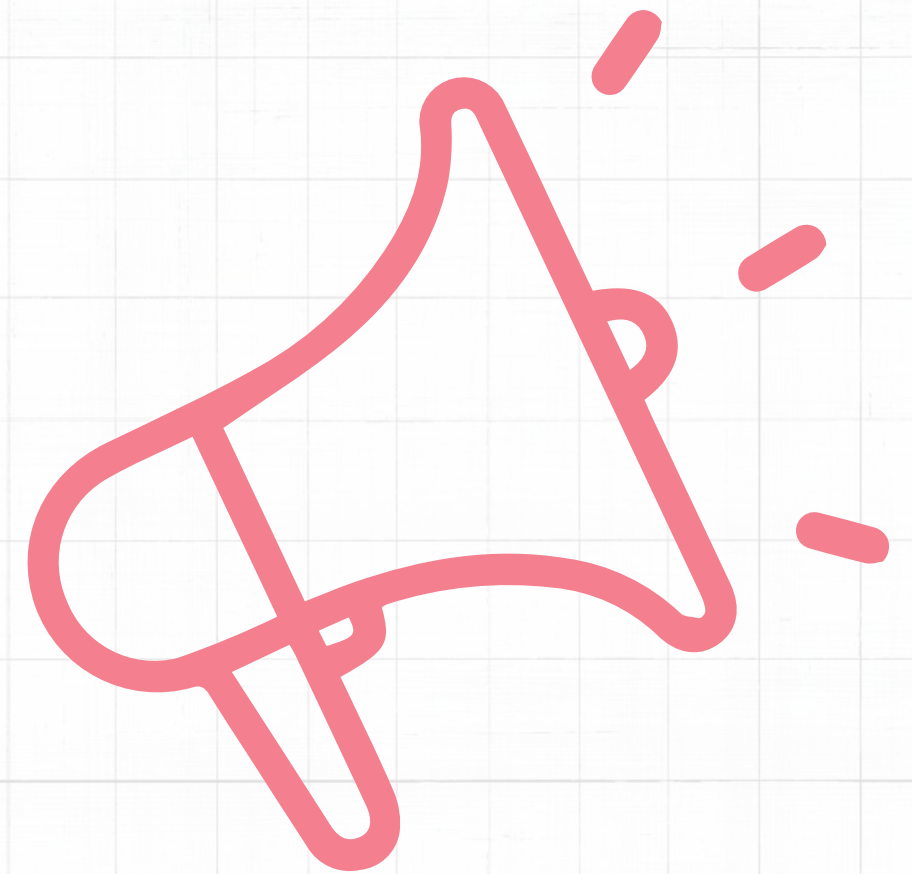


Proyecto MARKETING

- **Introducción**
- **Objetivos**
- **funcion**
- **tipos**
- **Estrategias**



Contenidos



INTRODUCCIÓN





El marketing es un conjunto de técnicas, estrategias y procesos que una marca o empresa implementa de manera ética para crear, comunicar, intercambiar y entregar ofertas o mensajes que dan valor e interesan a clientes, audiencias, socios, proveedores y personas en general.

Introducción

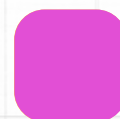
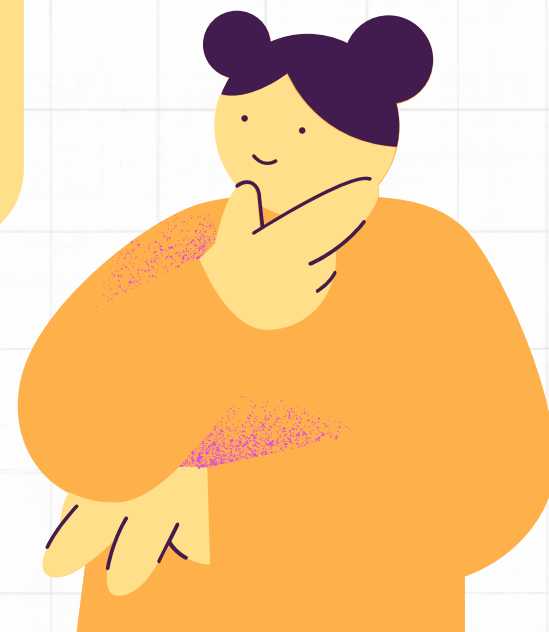


Introducción



Sirve, como ya adelantamos, para incrementar las ventas o la presencia de un producto o servicio. Por ello, esta metodología de negocios puede dirigirse a otras metas relacionadas con las ventas, pero que no son su propósito principal.

OBJETIVOS



Objetivos

Objetivo general

Metas específicas y medibles que una empresa se fija para lograr a través de sus estrategias de marketing



Objetivo de reconocimiento

- **Esto implica hacer que más personas conozcan tu marca y la asocien con tus productos o servicios.**

Objetivo de satisfacción

Asegurarse de que los clientes estén contentos con sus compras y con la experiencia general de la marca, lo que puede llevar a la lealtad del cliente y recomendaciones.

FUNCION



Plan de Acción



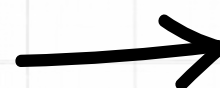
Etapas **1**

Investigación de mercado:
Entender las necesidades, deseos y comportamientos de los consumidores para identificar oportunidades.



Etapas **2**

Desarrollo de productos/servicios:
Crear ofertas que satisfagan esas necesidades identificadas.



Etapas **3**

Estrategia de precios:
Establecer precios que sean atractivos para los clientes y rentables para la empresa.



Etapas **4**

Canales de distribución:
Asegurar que los productos o servicios estén disponibles donde los clientes puedan adquirirlos fácilmente.

TIPOS DE MARKETING



marketing directo

- **Se refiere a la comunicación directa con el cliente, como correo directo, telemarketing, etc.**

Publicidad en Medios:

Incluye anuncios en televisión, radio, periódicos, revistas, y vallas publicitarias.

Marketing

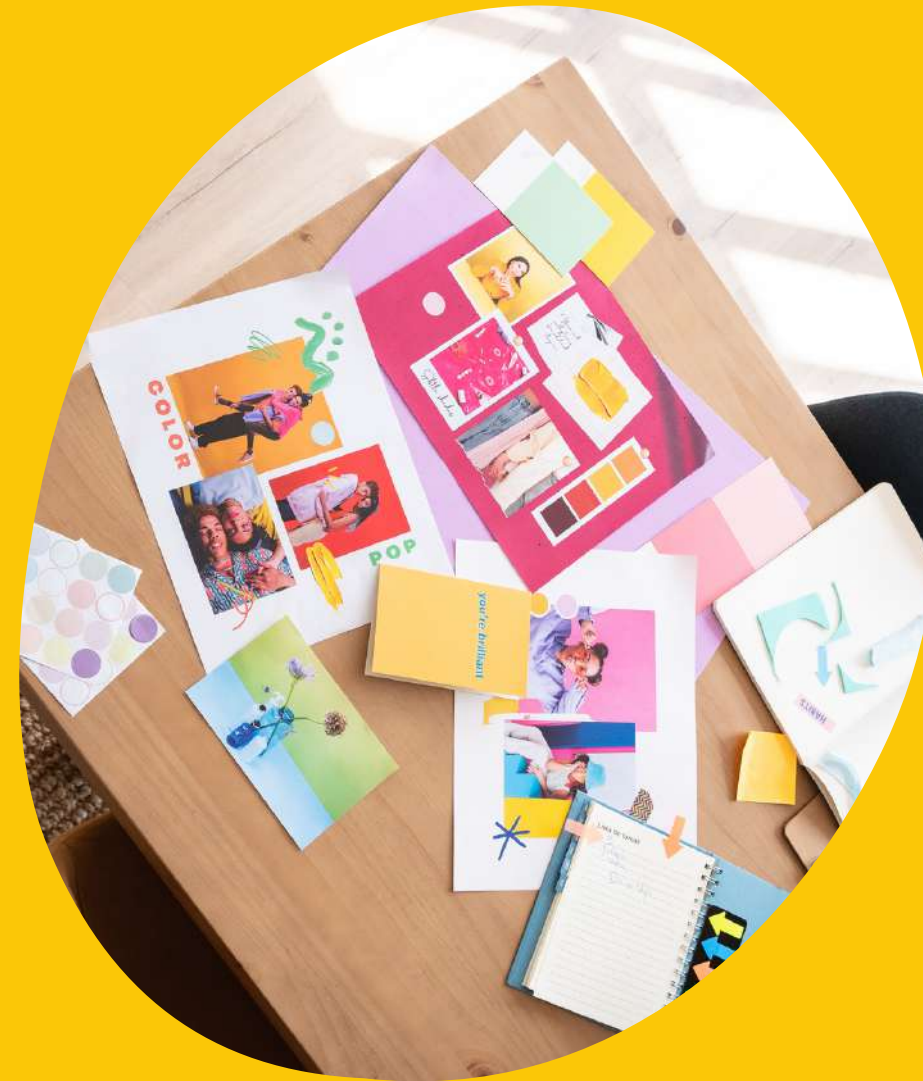


Marketing de Contenidos:

Crea y distribuye contenido relevante y valioso para atraer y retener a un público objetivo.

Marketing en Redes Sociales:

Utiliza plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, etc., para interactuar con los clientes y promocionar productos.



ESTRATEGIAS



Análisis del mercado y la competencia:



Entender el entorno en el que opera la empresa, incluyendo las tendencias del mercado y las acciones de la competencia.

Elección de canales de marketing:



Seleccionar los medios más efectivos para llegar al público objetivo, ya sea marketing digital (redes sociales, publicidad online), marketing tradicional (TV, radio, prensa) o una combinación de ambos.

Desarrollo de mensajes clave:



Crear mensajes que resuenen con el público objetivo y transmitan el valor de la propuesta de la empresa.

Creación de contenido:

Generar contenido relevante y atractivo para el público objetivo, como blogs, videos, infografías, etc.



**Muchas
Gracias**

Recursos

