



Hannia Valeria Santis Lopez

Súper nota

Parcial 2

Desarrollo empresarial

Andrés Alejandro Reyes Molina

Medicina Veterinaria y Zootecnia

Cuatrimestre 6

MERCADOTECNIA

La mercadotecnia es el conjunto de actividades y procesos que buscan satisfacer las necesidades del consumidor mediante productos o servicios, generando valor tanto para el cliente como para la empresa.



LA MERCADOTECNIA DEL PROYECTO

Aplicada a un proyecto específico, la mercadotecnia busca posicionar correctamente el producto/servicio, considerando su propuesta de valor, ventajas competitivas, público objetivo y entorno. Implica diseñar estrategias que aseguren que el proyecto sea viable y atractivo comercialmente.



INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Es un proceso sistemático de recopilación, análisis e interpretación de datos sobre el mercado, los consumidores, los competidores y el entorno. Su objetivo es reducir la incertidumbre en la toma de decisiones.

ESTUDIOS DE MERCADO

Son documentos o reportes que recopilan los resultados de la investigación de mercado. Incluyen información sobre hábitos de consumo, perfil del cliente ideal, tamaño del mercado, tendencias, y preferencias.



LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA. (MARKETING MIX)

Compuesta por las 4 P's:



Producto: Características, calidad, diseño.
Precio: Estrategia de precios según el valor percibido.
Plaza: Canales para llegar al cliente.
Promoción: Publicidad, relaciones públicas, promociones.

PLANES DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO

Son estrategias diseñadas para lanzar un producto o servicio al mercado. Incluyen el análisis de canales de distribución, campañas de publicidad, alianzas comerciales, muestras gratuitas o promociones de lanzamiento.



SISTEMA DE VENTAS (PLANEACIÓN Y ADMINISTRACIÓN)

Involucra la organización de recursos humanos y técnicos para llevar a cabo la venta del producto o servicio.

Incluye:
Planeación de ventas: Proyecciones, metas, estrategias.
Administración de ventas: Supervisión del equipo de ventas, control de inventario, seguimiento al cliente.

