

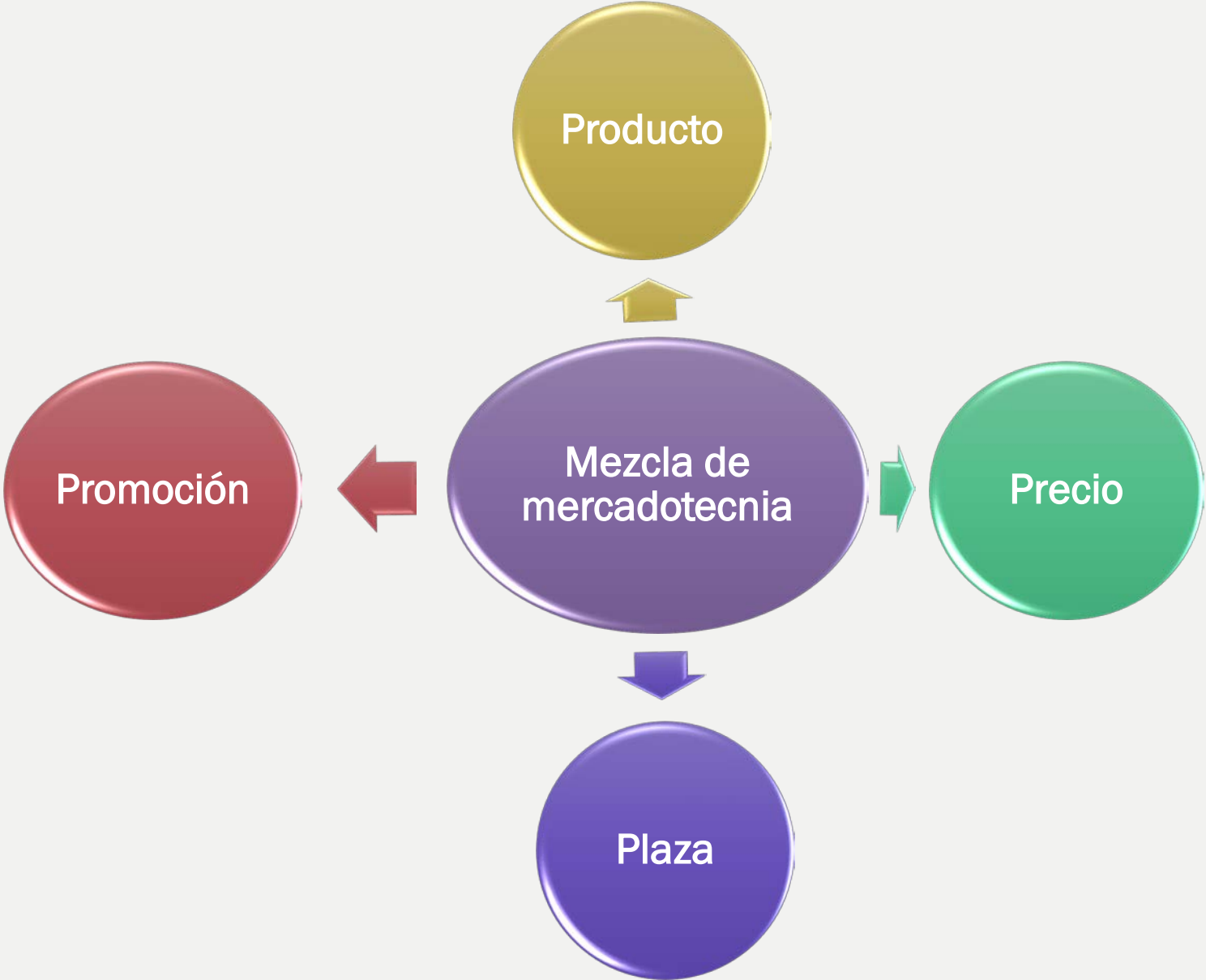


# MEZCLA DE MERCADOTECNIA

Mtra. Estela de la Garza



# Mezcla de Mercadotecnia inicial



# Mezcla de Mercadotecnia actual



# Mezcla de Mercadotecnia



# ¿Cuántas variables podemos enumerar?

- **Producto:** Cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, o uso que satisfaga una necesidad.
- **Precio:** Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto.
- **Distribución (“Plaza”):** Elemento de la mezcla que utilizamos para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente.
- **Promoción:** La comunicación persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado.
- **Personas:** Una empresa cuenta con personal que atiende a sus clientes. La satisfacción de estos se ve afectada por el buen o mal servicio que reciban de la empresa.
- **Procesos:** Los procesos tienen que ser estructurados correctamente, ya sea que hablemos de un servicio o de la creación de un producto, esto nos llevara a la logística de la empresa para reducir costos y aumentar ganancias.

# ¿Cuántas variables podemos enumerar?

- **Entorno físico:** la apariencia de la infraestructura, el mobiliario, los uniformes del personal, los letreros, los materiales impresos y otras señales visibles ofrecen evidencia tangible de la calidad del servicio de una empresa.
- **Productividad y calidad:** el mejoramiento de la productividad es esencial para cualquier estrategia de reducción de costos. El mejoramiento de la calidad, la cual debe definirse desde la perspectiva del cliente, es esencial para la diferenciación del producto y para fomentar la satisfacción y lealtad del consumidor.
- **Physical Evidence:** la “evidencia física” hace referencia al entorno que rodea a nuestra marca, muchas veces relacionado con el layout o material promocional de nuestra marca y que muchas veces sirven para reforzar la preferencia de nuestro target.
- **Partners:** Esto puede relacionarse en gran manera con las Relaciones Públicas, ya que esta P habla sobre la mercadotecnia aplicada en alianzas estratégicas que permitan a tu marca o empresa desarrollarse y crecer en función del apoyo que otras empresas o negocios puedan darte.

# ¿Cuántas variables podemos enumerar?

- **Personalización:** Crear, enfocar y diseñar los productos a medida, centrándonos en las necesidades reales de los clientes, respondiendo así de la mejor manera posible a sus necesidades.
- **Participación:** integración de los clientes en la estrategia del Plan de Marketing. De esta manera poco a poco se crea poco a poco la comunidad en la cual los clientes opinan, recomiendan y sugieren mejoras.
- **Peer to Peer:** Este punto viene a indicar se debe que confiar más en las sugerencias y recomendaciones que nos dan otros usuarios acerca de un producto que en la propia publicidad.
- **Predicciones modeladas:** Utilización de las múltiples herramientas de monitoreo online para la medición de todo lo referente a la marca y su interrelación con los usuarios.
- **Presencia:** significa que las marcas deben estar presentes siempre que el consumidor tenga una intención de compra.
- **Permiso:** considera que el cliente debe sentirse en control y que es un privilegio comunicarse con él, no un derecho.



# MEZCLA DE MERCADOTECNIA

Mtra. Estela de la Garza

