PROGRAMA DE FORMACION TECNICO EN OPERACIONES COMERCIALES EN RETAIL
FICHA # 3085606 VALENCIA.

COMPETENCIA:

ATENCIÓN AL CLIENTE

RESULTADO DE APRENDIZAJE:

“**PRESTAR EL SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN**”

ENTREGABLES DEL TALLER 2 “PRESTAR EL SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN

Integrantes

Rosaura Perez Navarro
Leidys Muentes Vázquez
Kelly Patricia leon mercado
Yeris Dayana González González

Grupo 3°

Instructor
Fredy oviedo

Fecha 25/11/2024

ACTIVIDAD A DESARROLLAR.

NOVIEMBRE 25 de 2024. "PRESTAR EL SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN,

1. MERCADEO: CONCEPTO, OBJETIVOS, BENEFICIOS
2. MEZCLA DE MERCADEO: CONCEPTO, VARIABLES
3. MERCADO: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, CLASES

Introducción:

El marketing es fundamental para el éxito de cualquier organización, independientemente de su tamaño o sector. Comprender sus principios básicos es esencial para desarrollar estrategias eficaces que permitan conectar con los clientes, satisfacer sus necesidades y lograr los objetivos de negocio. En esta presentación, exploraremos tres pilares clave del marketing: el concepto, objetivos y beneficios del propio marketing; la mezcla de mercadotecnia, incluyendo sus variables; y finalmente, el mercado, abarcando su concepto, características y clases. Analizaremos cada uno de estos elementos para proporcionar una base sólida en la comprensión del marketing y su aplicación práctica

Desarrollo.

MERCADEO

CONCEPTO

El mercadeo es un conjunto de actividades y procesos que se utilizan para promocionar y vender productos o servicios. El objetivo del mercadeo es crear conciencia, generar interés y estimular la demanda para un producto o servicio, con el fin de aumentar las ventas y lograr un beneficio.

El mercadeo abarca varios disciplinas como la publicidad, las relaciones públicas, la promoción de ventas, el marketing digital y la investigación de mercados

OBJETIVO

El objetivo del mercadeo es crear conciencia, generar interés y estimular la demanda para un producto o servicio, con el fin de aumentar las ventas y lograr un beneficio. Algunos objetivos específicos del mercadeo pueden incluir:

1. Aumentar la conciencia del producto o servicio
2. Generar leads o prospectos
3. Incrementar las ventas
4. Fortalecer la lealtad de los clientes
5. Diferenciarse de la competencia
6. Posicionar la marca en el mercado
7. Crear una imagen positiva de la empresa
8. Establecer relaciones con los clientes
9. Recopilar y analizar datos de mercado
10. Mejorar la experiencia del cliente

BENEFICIOS

El mercadeo ofrece una variedad de beneficios para las empresas y organizaciones que lo implementan de manera efectiva

1. Aumento de las ventas: El mercadeo ayuda a incrementar las ventas al crear conciencia y generar interés en los productos o servicios.

2. Mayor visibilidad: El mercadeo permite que la marca sea más visible y reconocida en el mercado.

3. Diferenciación: El mercadeo ayuda a diferenciar la marca de la competencia.

4. Conocimiento del cliente: El mercadeo permite conocer mejor a los clientes y sus necesidades.

5. Fidelización de clientes: El mercadeo ayuda a fortalecer la lealtad de los clientes.

6. Mejora de la imagen corporativa: El mercadeo puede mejorar la imagen de la empresa.

7. Aumento del tráfico web: El mercadeo digital puede incrementar el tráfico en el sitio web.

8. Mejora de la experiencia del cliente: El mercadeo puede mejorar la experiencia del cliente.

9. Mayor participación en redes sociales: El mercadeo puede aumentar la participación en redes sociales.

10. Acceso a nuevos mercados: El mercadeo puede ayudar a acceder a nuevos mercados.

11. Mejora de la comunicación: El mercadeo puede mejorar la comunicación con los clientes.

12. Aumento de la base de datos: El mercadeo puede incrementar la base de datos de clientes.

13. Mejora de la toma de decisiones: El mercadeo puede proporcionar información valiosa para la toma de decisiones.

14. Mayor retorno de la inversión: El mercadeo puede generar un mayor retorno de la inversión.

15. Sostenibilidad: El mercadeo puede ayudar a mantener la sostenibilidad de la empresa a largo plazo.

MESCLA DE MERCADEO

CONCEPTO

La mezcla de mercadeo es un conjunto de cuatro elementos fundamentales que se utilizan para promocionar y vender productos o servicios. Estos elementos son:

1. Producto : Se refiere al producto o servicio que se ofrece al mercado.

2. Precio : Se refiere al precio que se cobra por el producto o servicio.

3. Plaza : Se refiere a los canales de distribución y venta que se utilizan para llevar el producto o servicio al mercado.

4. Promoción : Se refiere a las actividades de comunicación y publicidad que se utilizan para informar y persuadir a los clientes potenciales.

La mezcla de mercadeo se conoce también como "las 4 P" y es un marco de referencia utilizado por los profesionales de mercadeo para desarrollar estrategias efectivas y alcanzar los objetivos de negocio.

Es importante mencionar que la mezcla de mercadeo puede variar dependiendo del tipo de producto o servicio, del mercado objetivo y de los recursos disponibles. Además, la mezcla de mercadeo puede ser dinámica y cambiar con el tiempo según las condiciones del mercado y los objetivos de la empresa.

VARIABLE

La variable es un elemento que puede cambiar o variar en función de diferentes factores. En el contexto de la mezcla de mercadeo, las variables son los cuatro elementos que se pueden ajustar y combinar de diferentes maneras para crear una estrategia efectiva.

Las variables de la mezcla de mercadeo son:

1 PRODUCTO: Se refiere al producto o servicio que se ofrece al mercado, incluye características como la calidad, el diseño, la funcionalidad y la innovación

2 PRECIO: Se refiere al precio al que se vende el producto o servicio incluye estrategias de precios como la fijación de precios, los descuentos y las promociones

3 PLAZA: Se refiere a la forma en que se distribuye y se vende el producto o servicio incluye canales de distribución como las tiendas en línea, la tienda física, el correo electrónico y la publicidad en redes sociales

4 PROMOCIÓN: se refiere a la forma en que se promocionar se publicita el producto o servicio incluye estrategias de promoción como la publicidad, el marketing de contenido, el marketing de influencia y las promociones especiales

Las mezcla de mercadeo es importante porque permite a las empresas crear una estrategia de mercadeo efectiva que se adapte a las necesidades y preferencias de sus clientes, al cambiar estos cuatro elementos las empresas pueden crear una oferta de valor que atraiga y retenga a los clientes

MERCADO

CONCEPTO

El concepto de mercado se refiere al conjunto de personas o empresas que compran y venden bienes o servicios. En otras palabras, es el lugar donde se lleva a cabo la compraventa de productos o servicios.

El mercado puede ser definido de diferentes maneras, dependiendo del enfoque y el contexto. Algunas definiciones comunes son:

1. Mercado como lugar físico: En este sentido, el mercado es un lugar donde los compradores y vendedores se reúnen para intercambiar bienes o servicios.

2. Mercado como proceso: En este sentido, el mercado es el proceso por el cual se lleva a cabo la compraventa de bienes o servicios.

3. Mercado como sistema: En este sentido, el mercado es un sistema que conecta a los compradores y vendedores y permite la compraventa de bienes o servicios

CARACTERÍSTICAS

Las características de un mercado son los rasgos o atributos que lo definen y lo hacen único. A continuación, te presento algunas de las características más comunes de un mercado:

1. Oferta y demanda: Un mercado tiene una oferta (productos o servicios que se ofrecen) y una demanda (personas que buscan adquirir esos productos o servicios).

2. Competencia: En un mercado, hay múltiples vendedores y compradores que compiten entre sí para obtener el mejor precio o condiciones.

3. Precio: El precio es el valor que se paga por un producto o servicio en un mercado.

4. Información: Los participantes en un mercado tienen acceso a información sobre los productos o servicios que se ofrecen, los precios, la calidad, etc.

5. Infraestructura: Un mercado puede tener una infraestructura física (como un edificio o un espacio) o virtual (como una plataforma en línea).

6. Regulación: Los mercados pueden estar regulados por gobiernos o entidades que establecen normas y leyes para proteger a los participantes.

7. Dinamismo: Los mercados pueden cambiar rápidamente debido a factores como la tecnología, la globalización o los cambios en la demanda.

8. Interconexión: Los mercados pueden estar conectados con otros mercados, lo que permite el intercambio de bienes y servicios.

9. Diversidad: Un mercado puede tener una variedad de productos o servicios que se ofrecen.

10. Adaptabilidad: Los mercados pueden adaptarse a cambios en la economía, la tecnología o la sociedad**.**

CLASES

Las clases de mercado se refieren a la clasificación de los mercados según diferentes criterios. A continuación, te presento algunas de las clases de mercado más comunes:

1. Mercado de bienes: Se refiere al mercado donde se compran y venden bienes tangibles, como productos alimenticios, electrónicos, ropa, etc.

2. Mercado de servicios: Se refiere al mercado donde se compran y venden servicios intangibles, como servicios de salud, educación, turismo, etc.

3. Mercado laboral: Se refiere al mercado donde se compran y venden servicios laborales, como trabajo manual, profesional, técnico, etc.

4. Mercado financiero: Se refiere al mercado donde se compran y venden instrumentos financieros, como acciones, bonos, divisas, etc.

5. Mercado de productos básicos: Se refiere al mercado donde se compran y venden productos básicos, como materias primas, commodities, etc.

6. Mercado de productos manufacturados: Se refiere al mercado donde se compran y venden productos manufacturados, como automóviles, electrodomésticos, etc.

7. Mercado de servicios profesionales: Se refiere al mercado donde se compran y venden servicios profesionales, como servicios de consultoría, auditoría, abogacía, etc.

8. Mercado de bienes raíces: Se refiere al mercado donde se compran y venden bienes inmuebles, como casas, departamentos, terrenos, etc.

CONCLUSIÓN

En resumen, estos apuntes ofrecen una visión general de los elementos esenciales de la mercadotecnia. El análisis del *mercadeo* como un todo, incluyendo sus objetivos y beneficios, establece el marco estratégico. La *mezcla de mercadotecnia* proporciona las herramientas tácticas para alcanzar esos objetivos. Por último, la comprensión detallada del *mercado*, incluyendo sus características y segmentación, permite una aplicación efectiva de la mezcla de mercadotecnia, asegurando que las acciones de marketing sean relevantes y eficaces. La interconexión entre estos tres puntos enfatiza la importancia de una planificación integral y un profundo entendimiento del entorno de mercado para cualquier estrategia exitosa.

EXITOS PARA TODOS

Base del éxito: **"Insistir, Persistir, Resistir y nunca Desistir "**