

Nombre:

Jeffrey Obed

Apellido:

Maldonado Bautista

Enero:

4to Almor

Curso:

Mercadotecnia

Sección:

A

Catedrático:

Mayte Escobar

Colegio

IPRAM

Bloque:

I

Ciclo:

2021

Introducción

El siguiente trabajo a presentar trata sobre la Elaboración de un Producto, su Precio, Promoción y Por supuesto, su Productividad.

Índice.....

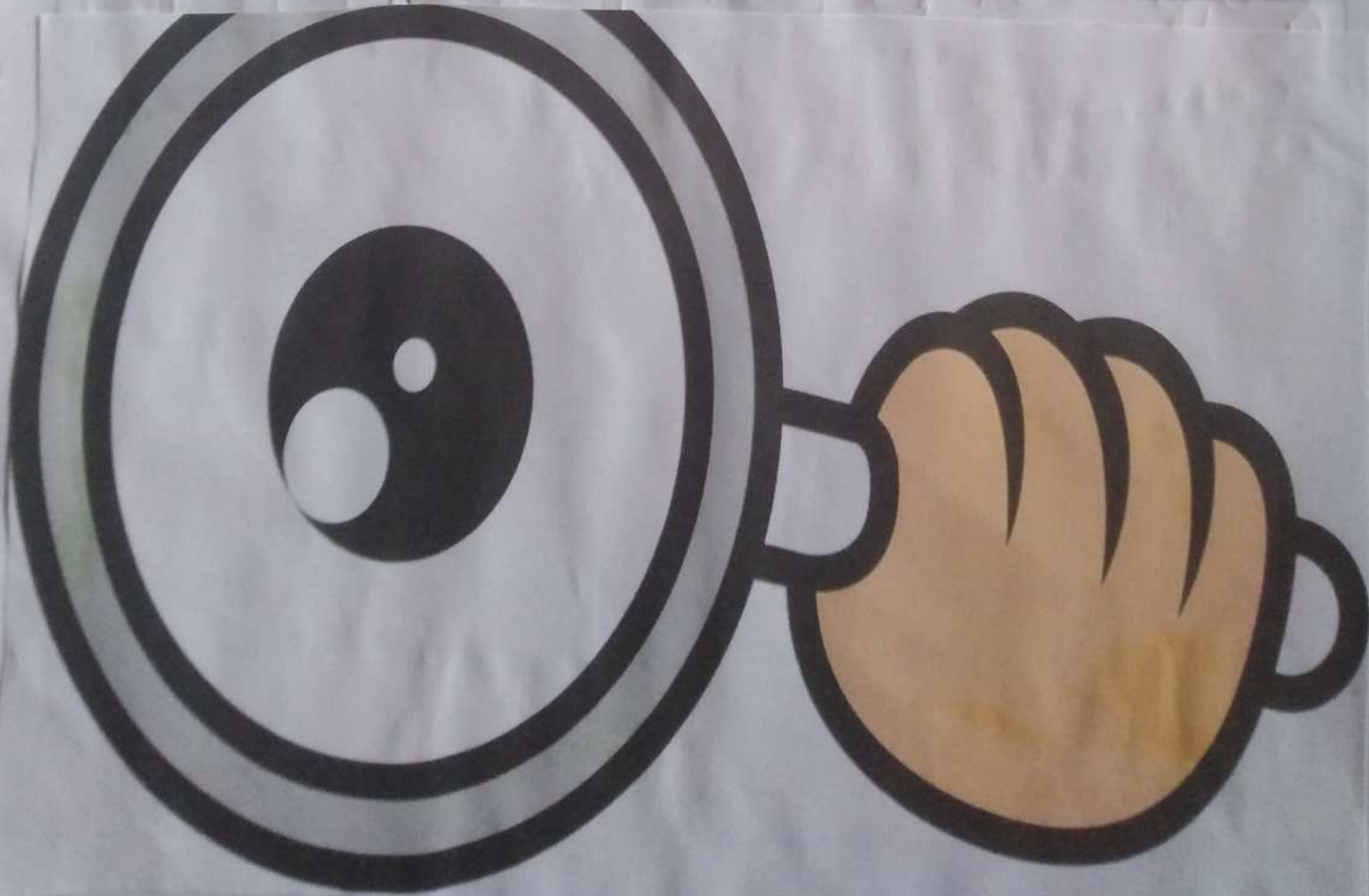
- 1) Caratula
- 2) Introducción
- 3) Índice
- 4) Contenido
- 5) Criterio Personal
- 6) Biografía.

Toma de Decisiones del Cliente

Hay que garantizarle una buena Experiencia al Cliente.

Etapas Previas a la Compra

Es buscar información sobre el producto
Estar seguro de lo que se va a comprar
Es satisfacer la necesidad de algo que
se quiere ya sea por necesidad o
por gusto



Etapa del encuentro del servicio

Después de estar seguro de lo que se va a comprar se hace el pedido, la reserva del producto y se manda la solicitud. Se tiene que evaluar la cantidad y calidad del producto y servicio que está recibiendo y ver si cumple sus expectativas.

Etapa posterior al Encuentro

Con esta etapa los clientes aún continúan con la evaluación del producto y saber si sus expectativas pueden cubiertas con sus clientes. Saben si están satisfechos o insatisfechos se sienten en el momento.

