

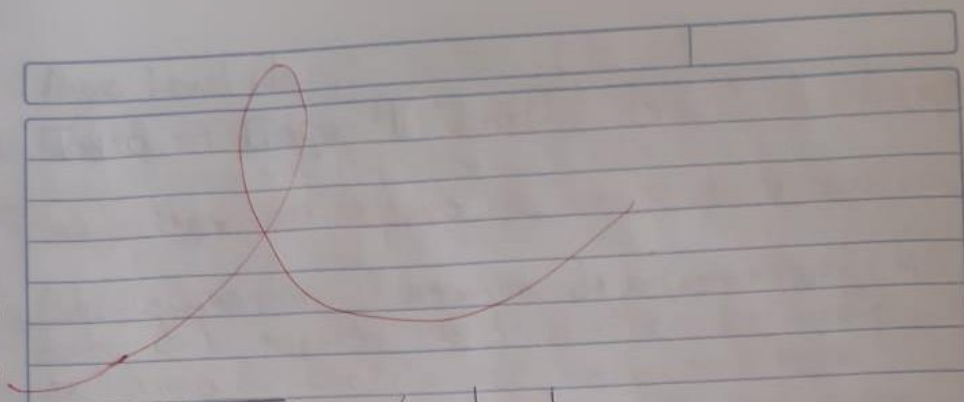
ALVARO

LEONEL

GRAMAJO

GUILLÉN 5TO

ADMON. MERCA



IV bloque

Merla



Alvaro Leonel Grajeda Guillén 5to Admón

Tarea 1 Bloque 4 / Canales de Producción de una empresa.

1. Mensajes transmitidos a través de Canales de Producción.

Estos comprenden el desarrollo de la comunicación dentro de la empresa y se transmiten por medios de entrega del servicio, más comunes en tiendas de servicios y al personal que tiene contacto con el cliente.

2. Servicio al cliente por parte del personal de contacto.

Método donde los empleados tienen que atender a los clientes de forma personal o de otra forma, de ese modo las personas se enteran de promociones y entregan el servicio, deben implementar diferentes servicios, dar información, facilidad de pagos y hacer que el servicio que ofrece sea confiable ante los demás.

3. Capacitación al cliente.

Las empresas que venden servicios completos deben ofrecer una capacitación formal para familiarizar a los clientes con el producto y utilizarlos mejor, en las industrias de las telecomunicaciones, muchas empresas ofrecen cursos para capacitar a los usuarios con el fin de adaptarlos y mejorar sus servicios.

4. **Locales de Servicio:** El ambiente entre los empleados es de importancia entre las empresas, el panorama de servicios puede ser enviado a los clientes. Los consultores del diseño deben elaborar un diseño del panorama y así reforzar la empresa de una forma para que la experiencia sea la adecuada en las personas.

5. **Mensajes transmitidos a través de canales de marketing**

6. **Ventas Personales**

Basadas en las ventas, las empresas buscan y contactan a un personal donde puedan ofrecer su producto por su cuenta, las estrategias aquí se basan en programas, donde los clientes actúan como una interfase entre cliente y proveedor. A veces los vendedores de cara a cara hacen que la empresa no consiga tanto éxito por el costo que manejan.

7. **Exhibiciones Comerciales**

En el mercado comercial, estas exhibiciones son usadas como publicidad ya que brinda una alta opción de obtener ventas, en varias empresas las exhibiciones estimulan un giro más seguro y con estos dan a conocer

a los clientes las cosas nuevas, proporcionan productos de una forma física y estos son una herramienta importante en cualquier empresa.

8. **Publicidad**: Toda empresa cuenta con ella, la que con frecuencia la publicidad es el primer punto entre los vendedores y los servicios no sirve para informar, persuadir y recordar, este brinda información detallada de lo que las empresas quieren exhibir, también la publicidad se ve en cualquier lado, internet, lugares y todo tipo de sitio, esto es dado por las empresas para mostrar las características de sus productos y así motivar a las personas de saber más al respecto.

9. **Marketing Directo**: está basado en las formas y herramientas de llegar a la persona, usando medios como el correo electrónico para comunicarse de una forma directa con la persona y así comunicar lo que ofrecemos y lo que sirve la empresa, de una forma legal para llegar.

70. Promoción de Ventas: Facilitar a algunos clientes incitándolos a adquirir el producto con un cierto porcentaje basado y que da un resultado bueno, ya sea con una compra de mayor frecuencia o de gama superior, algunas empresas desean hacer muestras gratis con el fin de obtener atención y así ofrecerse ante las personas, también estas las descuentos y a veces regalar por cierto tiempo de compra.

71. Relaciones Públicas. Consisten un esfuerzo para un interés positivo en la empresa y sus productos, mediante conferencias de prensa, eventos especiales o las patrocinios de terceros, algunas tareas que se encargan de hacer las empresas son conferencias, entrevistas públicas entre otras. Algunas se difunden mediante eventos de caridad, de portafolios con calcamanías o bien puede ser con logos.

72. Mensajes que se originan fuera de la organización.

Algunos mensajes que se producen fuera de la empresa sobre sus productos no son controlados por el comerciante.

13 Comunicación boca en boca.

Este tipo de comunicación hace que los clientes conozcan el servicio y confían más o toman de decisiones, durante los encuentros de servicio los consumidores se expresan de una forma sutil para persuadir al cliente, utilizando diversas estrategias de venta como los comentarios positivos y persuasivos.