

Alvaro Leonel Gramajo Guillén 5to Admon Tarea 3

Mapa Conceptual

Exposición de los Problemas de Intangibilidad

Los servicios son desempeños y no objetos, es difícil comunicar sus beneficios a los clientes, especialmente cuando este no induce acciones tangibles para los clientes o sus posesiones, la intangibilidad crea 4 problemas a los comerciantes que desean promover sus atributos o beneficios

Abstracción

Debido a que conceptos abstractos tales como seguridad financiera, consejo experto o transformación segura no poseen una correspondencia de uno a uno con objetos físicos, para los mercadólogos es difícil conectar sus servicios con dichos conceptos.

Generalidad

Se refiere a artículos de inducir un tipo de objetos físicos o mentales. Estas ideas generales tienen análogos físicos y la mayoría de los datos de los servicios son cualitativos. Los atributos físicos de los servicios, pero una base fundamental de los servicios, los mercadólogos que buscan crear una proporción de valor con anterioridad de valor distintivos comunican que hace a una oferta específica diferente

Intangibilidad de

busqueda de información. Se refiere al hecho de que los bienes intangibles no pueden basarse o inspeccionarse antes de adquirirlos. Los atributos físicos de los servicios, pero una base fundamental de los servicios, los mercadólogos que buscan crear una proporción de valor con anterioridad de valor distintivos comunican que hace a una oferta específica diferente

Intangibilidad

Mental.

Muchos servicios son los complejos, multidimensionales o novedosos que a los clientes, especialmente a los nuevos prospectos, algunas estrategias publicitarias incluyen el uso de símbolos tangibles siempre que sea posible.