

Instituto Privado Rafael
Arevalo Martinez.

Estefany Ramos Ramirez

Mayte Escobar

Mercadotecnia
II

5to Administración de
Empresas

IPRAM 2021

Estefany Ramos sto Admón #7

El posicionamiento de una marca de sus competidores.

Posicionamiento de productos contra posicionamiento de texto publicitario.

Una estrategia de posicionamiento competitiva se basa en el establecimiento

y mantenimiento de

un lugar distintivo

en el mercado para

una organización de un

y sus ofertas de

productos

individuales.

Las elecciones de los

clientes hacen de los

productos reflejan las

posiciones de marcas que conocen

la marca

y recuerdan y por

lo tanto, la

manera en que

están posiciona-

dos.

El papel de posicionamiento en la estrategia de Marketing

Se relaciona el análisis de mercados y el competitivo con los análisis corporativo interno a partir de estos posible desarrollar una declaración del posicionamiento etc.