



IPRAM

Melvin

Samayoa.

Sonia Mayte Escobar

Merca*

2021

Indice...

- 1 - - - - - Introducción
- 2 - - - - - Definición (Canales de producción de una empresa.)
- 3 - - - - - Definición (" " " " " ")
- 4 - - - - - Definición (" " " " " ")
- 5 - - - - - Conclusión.

Canales de Producción de Una Empresa

Introducción

Los canales de producción de una empresa son el conjunto de empresas o individuos que adquieren la propiedad de un bien o servicio a medida de que este se desplaza del productor al consumidor o usuario personal.

Canales de Producción de Una Empresa.

- Mensajes transmitidos a través de canales de producción.

Comprenden la comunicación desarrollada de la organización y transmitidos mediante los canales de producción que entregan el servicio principalmente de servicios y personal que tiene contacto con el cliente.

- Servicios al cliente por parte del personal de contacto.

Los empleados de contacto pueden atender a los clientes personalmente o por teléfono.

• Capacitación al cliente.

Algunas empresas especialmente las que venden servicios complejos entre negocios, ofrecen cursos de capacitación formales para ^{familiares} a sus clientes con el producto de servicio y enseñarlo a utilizarlo mejor.

• Locales de servicio.

Tanto los mensajes planeados como los involuntarios llegan a los clientes a través del propio ambiente de la prestación del servicio.

• Mensajes transmitidos a través de canales de marketing.

Es una estrategia de comunicación y ventas que se efectúa a través de la producción de contenidos útiles para las personas. Además de solucionar sus dudas también resulta en ventas gracias a la creación de vínculos, fidelización de cliente, uso de concepto de la mercadotecnia y mejorar el posicionamiento de una marca en los motores de búsqueda.

• Ventas personales.

Es una de las estrategias más antiguas y efectivas usadas por los vendedores. Se trata de una comunicación interpersonal directa entre vendedor y comprador.

• Exhibición Comercial.

Es el arte de disponer en los puntos de venta, los productos de la manera más atractiva ante los ojos de los clientes, de tal forma que logre captar la atención y estimular el deseo de compra.

• Publicidad.

Es la parte responsable de la promoción pagada de un producto o un servicio. De hecho, es la que se encarga de utilizar todas la informaciones sobre el producto y sus consumidores para crear las campañas de divulgación en los diferentes medios de comunicación.

• Marketing Directo:

Es una forma de comunicación de Marketing que utiliza uno o mas medios para comunicarse directamente con un publico objetivo y obtener de él una respuesta medible.

• Promoción de ventas.

Es un componente del factor de Marketing, denominado promoción - comunicación, cuyo otros componentes son la publicidad, las relaciones publicas y la venta.

• Relaciones publicas.

Son un conjunto de acciones de comunicación estrategica coordinadas y sostenida a lo largo del tiempo, que tiene como objetivo fortalecer los vinculos con los productos y servicios.

Conclusión...

En conclusión los canales de producción de una empresa son la ruta o el camino a través del cual el producto se transfiere desde el lugar de la producción hasta el consumidor final.

