

I PRAM

Yessica Sofía
Rodríguez Hernández

4 to Admon

Mayte Escobar

Mercadotecnica

Presentación

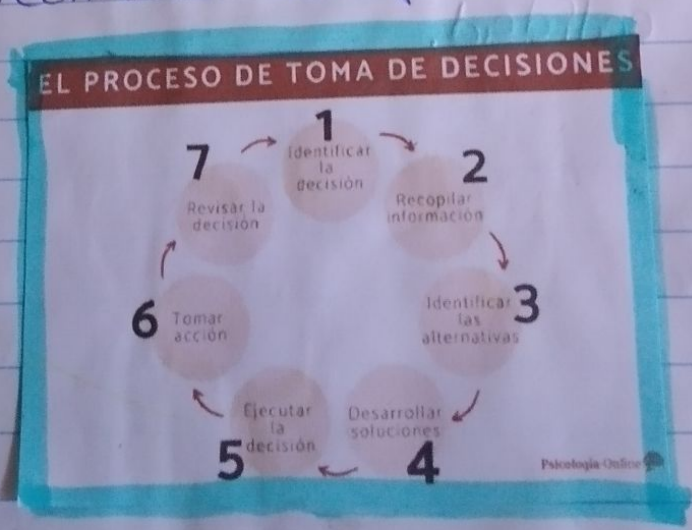
Todas las etapas son distintas. Toma distintas decisiones de las anteriores. Forma para conocer el grado de la compra encierra en si subetapas. ala prestación del servicio los clientes continúan la evaluación constante de la calidad.

Etapas de Decisiones

Identificar y analizar el problema
Tomar decisiones.

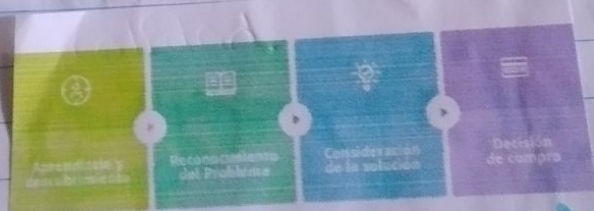
Definir la prioridad para atender
Aplicación de la decisión

es una empresa delicada ya para
tomarla es necesario tener toda
la información posible con el fin
de comprender sus etapas, es
decidir cual es la mejor franquicia
para comprar y decidir que es lo
que en realidad compraremos.



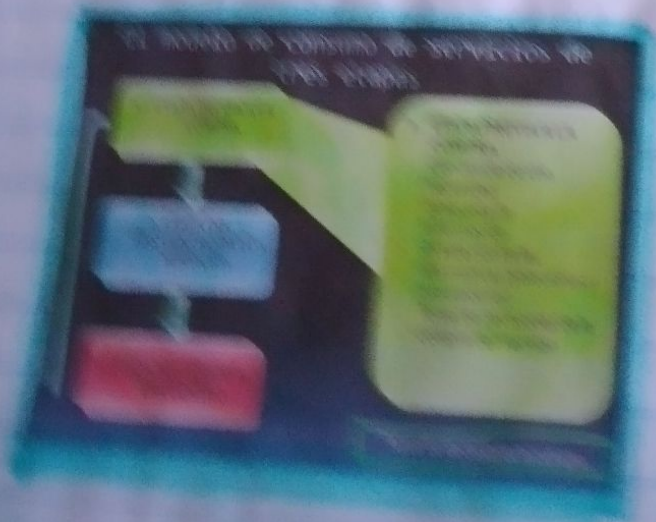
Etapa Previa A la Compra

Es el proceso de compra del consumidor es el camino que un potencial cliente recorre antes de realizar una compra. También conocida generalmente tiene 7 etapas por las que pasa cuando **Decide adquirir tu producto o servicio** y es que comprar el cliente ya tiene claro lo que va a comprar y recopila y toma bien la decisión al comprar.



Etapa encuentro al Servicio

Después de tener una decisión de compra los clientes pasan otra etapa del encuentro del servicio esta etapa generalmente incluye una serie de contactos con el proveedor, algunos usualmente relacionados con el pedido, la reservación o por ser por servicio, también el comportamiento de los clientes en los momentos de servicio.



Etapa Posterior al Encuentro

Después que el cliente toma una decisión de compra, los clientes pasan a la etapa al encuentro, generalmente incluye una serie de contactos con el proveedor elegido usualmente de contactos con el proveedor elegido usualmente inicia con el pedido la reservación o envía solicitud.

