

"ID RAM"

Nombre: Alan Estiben Pérez Reyes.

Grado: 4to Perito en Administración de Empresas

Catedrática: Sonia Mayte Escobar Aguilar.

Curso: 2021

"Mercadotecnia I"

Curso: 2021

2021

Coatepeque, Quetzaltenango

"Presentación"

A continuación se presentará unas imágenes relacionadas con el tema de de las etapas de compra previa, de Servicio y encuentro.

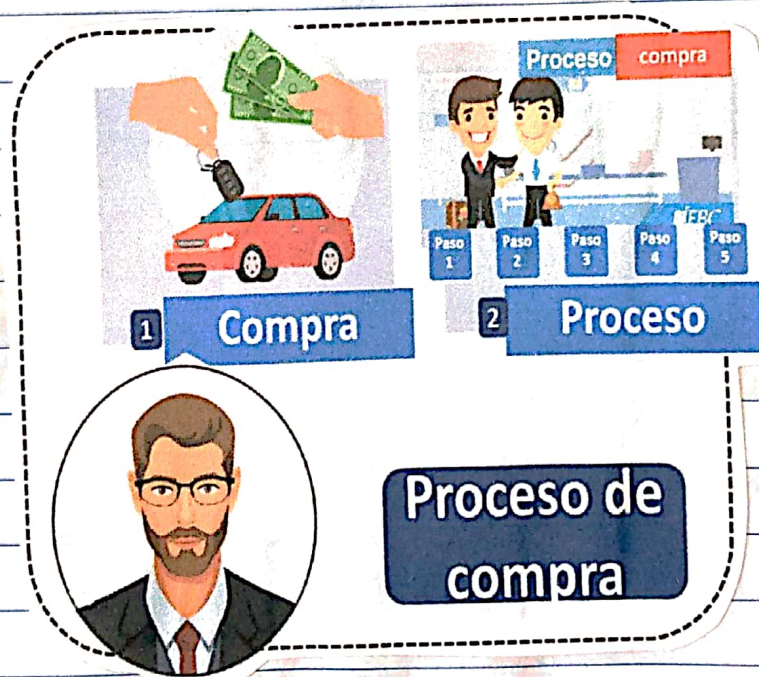
Índice.

1. Caratula.
2. Presentación.
3. Índice.
4. Tema o imágenes.
5. Criterio.

"Etapa previa a la compra."

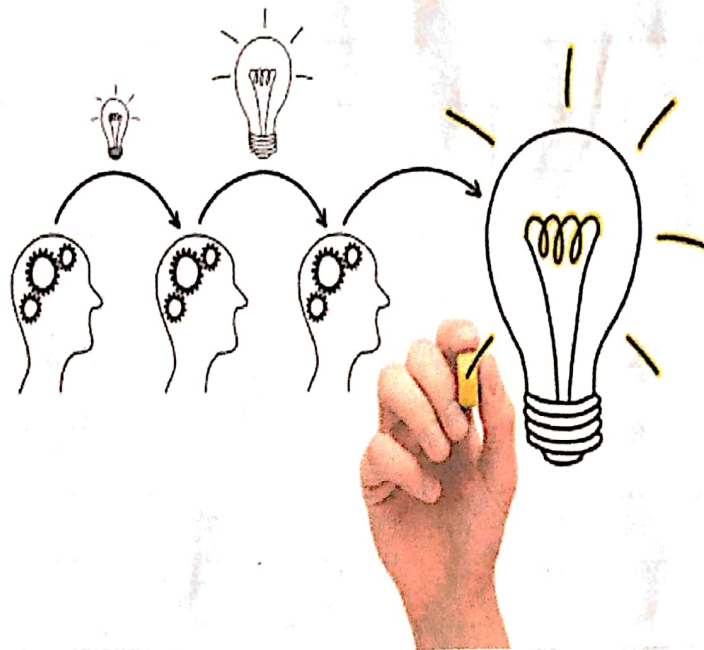
El proceso de compra del consumidor es el camino que un potencial cliente recorre antes de realizar una compra.

También conocido como Buyer's Journey, El proceso de compra generalmente tiene 4 etapas: aprendizaje y descubrimiento, reconocimiento del problema, consideración de la solución, decisión de compra.



Etapa encuentro de Servicio.

Después de tomar una decisión de compra, los clientes pasan a la etapa del encuentro del servicio, esta etapa generalmente incluye una serie de contactos con el proveedor elegido, usualmente inicia con el pedido, la reservación o enviar solicitud.



Etapa posterior al encuentro.

Afecta directamente la forma en que los clientes definen el Servicio adecuado en una ocasión específica.

Si se pronostica un buen servicio, el nivel adecuado será mayor que si se pronostica un servicio deficiente.

