

IPRAM

Coatepeque, Quetzaltenango.

Nombre: Alan Estiben Perez Reyes

Grado: 4to Perito en Administración
de empresas

Curso: Mercadotecnia I, Semana No 5

Catedrática: Sonia Mayte Escobar
Aguilar.

Ciclo: 2021.



Presentación:

En el siguiente trabajo se presenta una estrategia de la atención al cliente, se describirá cada uno de los pasos necesarios para la estrategia de atención al cliente.

Índice:

1. Caratula
2. Presentación
3. Índice.
4. Estrategia de la atención al cliente.

Estrategia de la atención al Cliente.

• La propuesta de valor.

Es una práctica original de marketing que tiene como objetivo darle al cliente una idea clara, concisa y transparente de cómo un negocio en particular puede ser relevante para él.

• Clientes y necesidades.

La organización debe preocuparse por realizar un análisis previo que le permita entender a sus clientes, conocer sus necesidades y exigencias, para, de esta forma, evaluar si sus productos y servicios satisfacen dichas necesidades.

• Competidores.

Identificar a los competidores es fundamental para el éxito, de cualquier empresa. Cuando existe competencia el beneficio es para los consumidores, ya que se mantiene la calidad y opciones de bienes y servicios altos, además los precios son bajos.

• Recursos y competencias.

La posición competitiva de la empresa depende mayormente de los recursos con que cuenta. El dominio de ciertas habilidades también determina competencias, además el desarrollo de capacidades distintivas es otra forma de conseguir ventaja competitiva. Las habilidades, recursos y competencias hacen una empresa excelente.

• Socios.

Incluir a uno o varios socios implica beneficios, pero también riesgos. Un socio es capaz de tener una buena idea y con él se puede acumular un mayor capital pero también se puede dar la incoordinación en la toma de decisiones.

• Riesgos y costos.

Permite lograr una combinación óptima entre los costos asociados al realizar una actividad, tomar decisiones y los logros (beneficios) esperados que dichos aspectos generan, considerando el riesgo de la realización.