

**Instituto Privado Mixto  
"Rafael Arévalo Martínez"**



**Nombre del Estudiante: Sheily Yuliana Vásquez López**

**Catedrático(a): Mayte Escobar**

**Carrera: Administración de Empresas**

**Grado: Cuarto**

**Curso: Mercadotecnia I**

**Contenido: Etapas de la Toma de Decisiones**

**Ciclo Escolar: 2,021**

Instituto Privado Mixto  
"Rafael Arévalo Martínez"

Alumna:

Sheily Yuliana  
Vásquez López

Grado:

4to. Perito en Administración  
de Empresas

Curso:

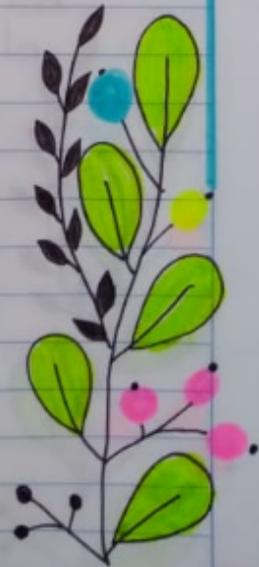
Mercadotecnia I

Tema:

Etapas de la toma  
de decisiones

Catedrática:

Mayte  
Escobar



# PRESENTACIÓN

A continuación se le presenta la definición con mis propias palabras e imágenes sobre las etapas de la toma de decisiones las cuales son:

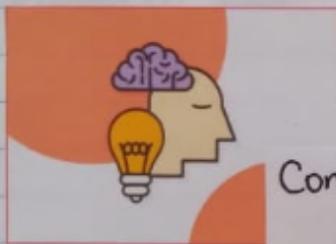
- Etapa previa a la compra
- Etapa encuentro de servicio
- Etapa posterior al encuentro

Para desarrollar estrategias de marketing eficaces debemos entender cómo las personas toman decisiones sobre la compra y uso de un servicio, cómo viven los clientes la experiencia de la entrega y el consumo del servicio, y cómo evalúan dicha experiencia.



# Etapa Previa a la Compra

Esta etapa se da cuando surge una necesidad y buscamos posibles soluciones para satisfacerla, para esto evaluamos cada posible solución, al encontrar la que más nos conviene, procedemos ya a decidir en dónde y qué queremos comprar.

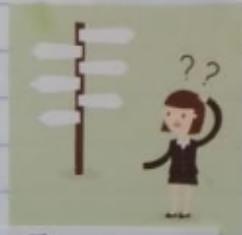


Conciencia de necesidad



Reconocimiento del problema y búsqueda de la información.

Búsqueda de información



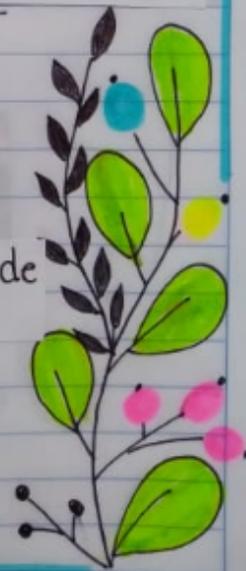
Explorar soluciones



Elección de solución



Decisión de la compra





# Etapa Posterior al Encuentro

Esta etapa se da después de la entrega del producto o servicio, durante esta etapa el cliente continúa con la evaluación del producto, la satisfacción del cliente depende de si el producto o servicio cumple o no con sus expectativas, el resultado afectará sus intenciones futuras y también si el cliente recomendará o no su servicio.



Evaluación de la calidad



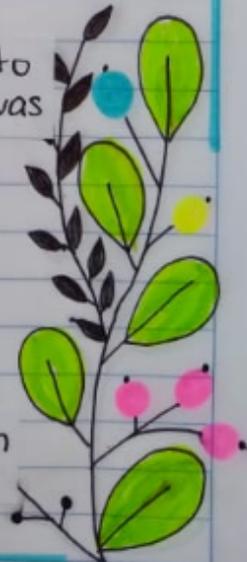
Cumplimiento de expectativas



Satisfacción del servicio



Recomendación del servicio



# CRITERIO PERSONAL

He concluido aprendiendo que conocer cómo las personas toman decisiones sobre la compra y uso de un servicio es una muy buena estrategia de marketing. Un cliente pasa por distintas fases en su decisión de compra, es de vital importancia conocer no solo las etapas, sino también los factores que intervienen en la toma de decisiones.

La toma de decisiones se encuentra bajo la influencia de distintos factores los cuales son: el deseo o necesidad, la estrategia, la elección y la experiencia.

