

IPRAM

Miledy Carolina

Calderón López

4to. Administración
De Empresas

Mercadotecnia

PEM: Mayte Escobar

Toma De
Decisiones
del Cliente

Toma De Decisiones Del Cliente

El consumo de cualquier producto implica su compra y uso. Para desarrollarse estrategias de marketing eficaces debemos entender como las personas toman decisiones sobre la compra, encuentro de servicios y posterior al servicio, como viven los clientes la experiencia de la entrega y el consumo de servicio, y como evalúan dicha experiencia.

1) Etapa previa a la compra:

Debemos analizar si el producto o servicio que adquirimos es una necesidad, luego si tienen como llevarlo a nuestros hogares y la forma en la que lo transportaran es seguro



2) Etapa Del encuentro De Servicio

Por ejemplo si nos van alquilar un automóvil, debemos probarlo y revisarlo para ver si todo esta bien y no tiene ningún defecto, así comprobaremos que si el servicio que nos prestaran es eficiente, también comprobar si el personal es amable y atento.



3) Etapa Posterior al encuentro:

Es donde nosotros como clientes comprobamos si el servicio fue eficiente y lleno todas nuestras expectativas y así poder seguir adquiriéndolo cada vez que lo necesitemos.

EFEMPRESA

Alto ☒

Medio ☐

Bajo ☐



Comentario

Personal

El consumo De Servicios Se divide en tres etapas, cada una de estas es muy importante.

Ya que nosotros como clientes debemos analizar la compra y si el producto es de calidad.