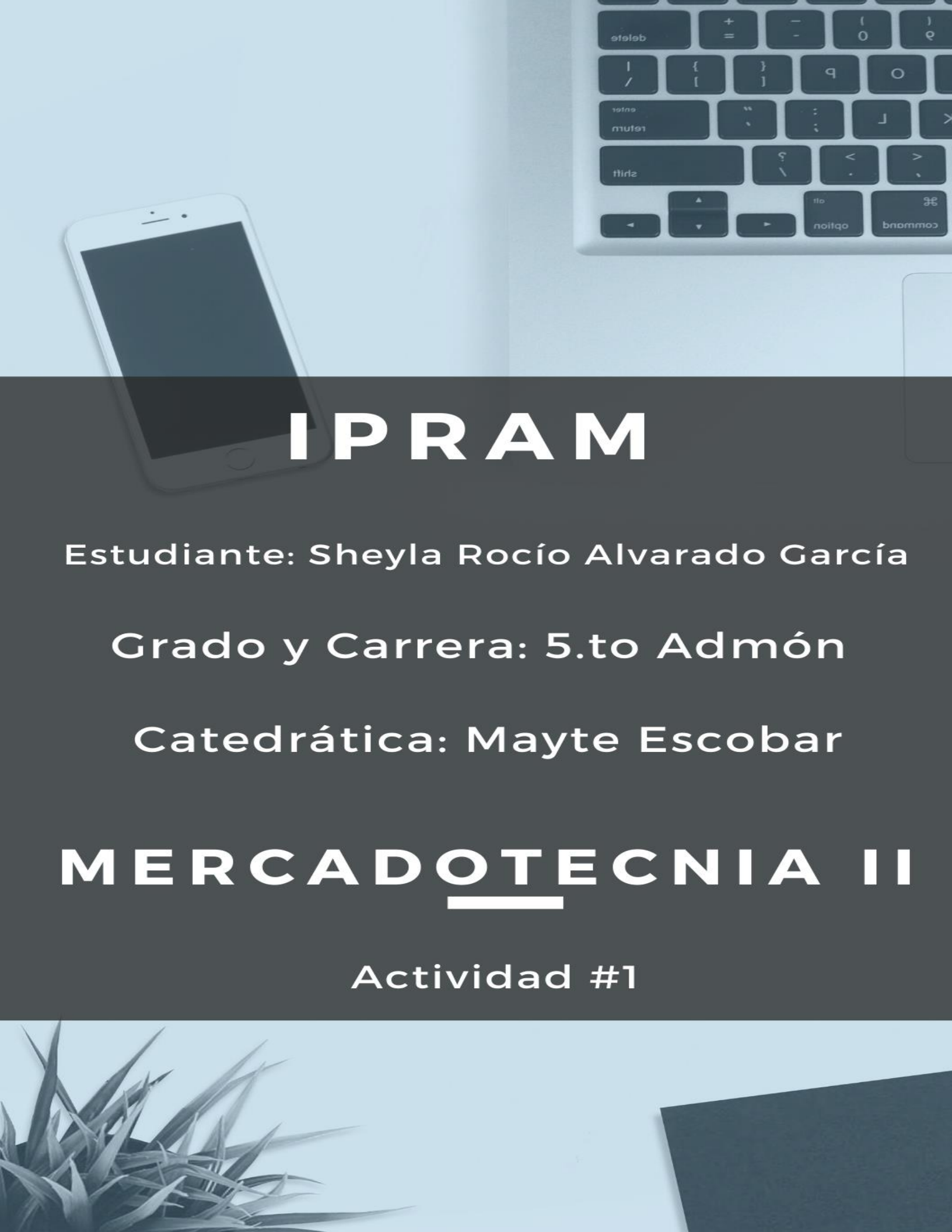




IPRAM

Estudiante: Sheyla Rocío Alvarado García

Grado y Carrera: 5.to Admón

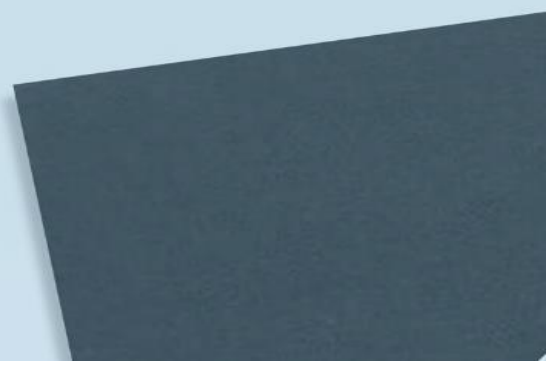
Catedrática: Mayte Escobar

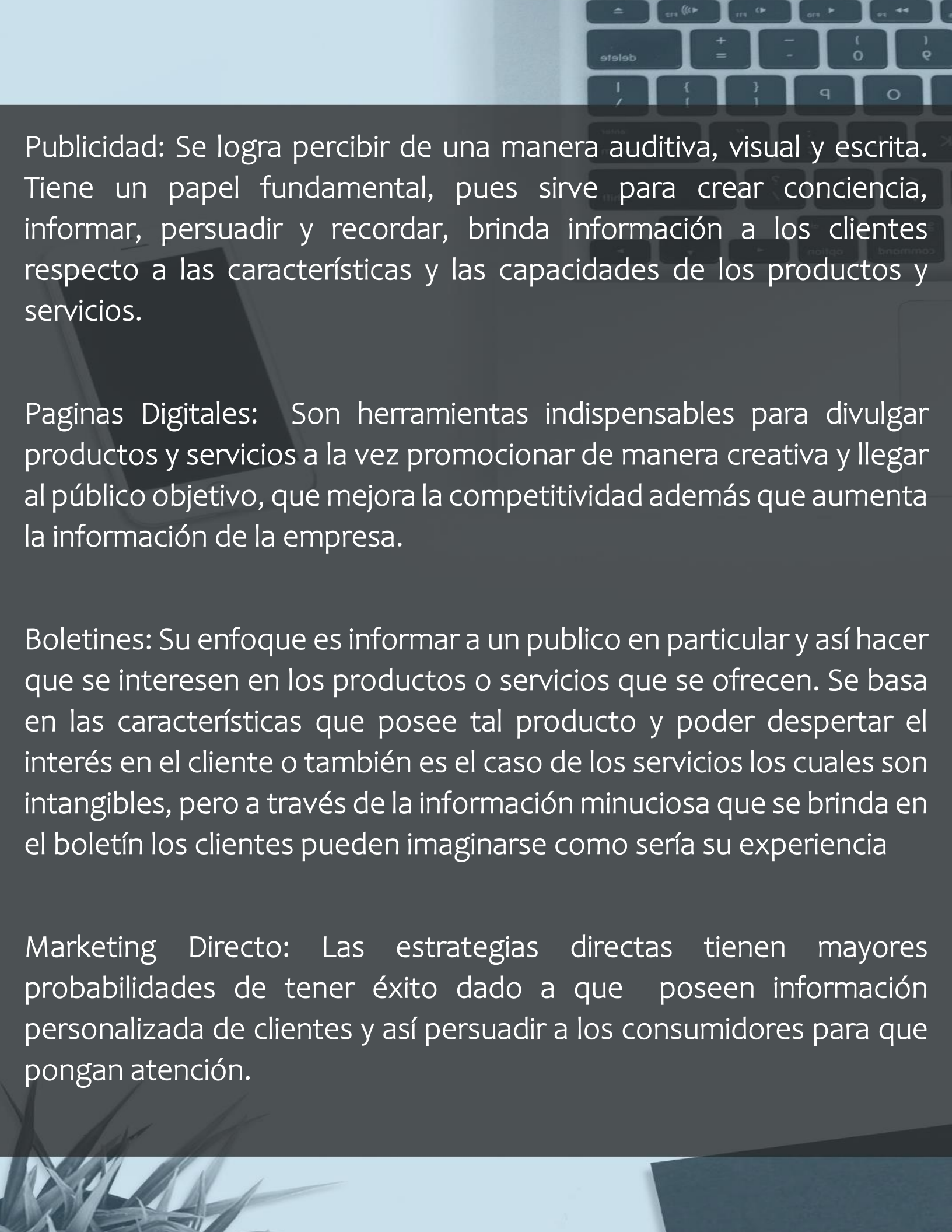
MERCADOTECNIA II

Actividad #1



CANALES DE PRODUCCIÓN DE UNA EMPRESA



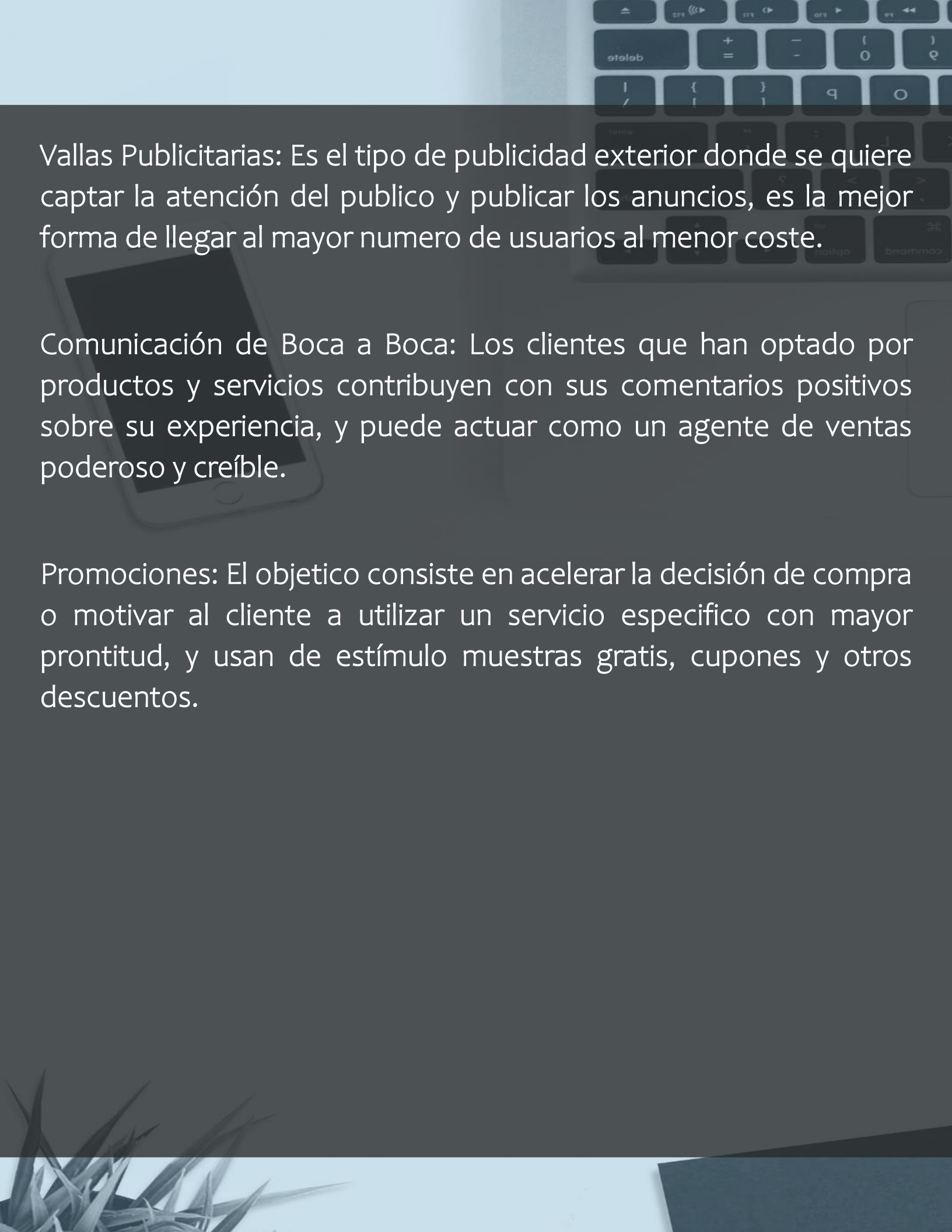


Publicidad: Se logra percibir de una manera auditiva, visual y escrita. Tiene un papel fundamental, pues sirve para crear conciencia, informar, persuadir y recordar, brinda información a los clientes respecto a las características y las capacidades de los productos y servicios.

Paginas Digitales: Son herramientas indispensables para divulgar productos y servicios a la vez promocionar de manera creativa y llegar al público objetivo, que mejora la competitividad además que aumenta la información de la empresa.

Boletines: Su enfoque es informar a un publico en particular y así hacer que se interesen en los productos o servicios que se ofrecen. Se basa en las características que posee tal producto y poder despertar el interés en el cliente o también es el caso de los servicios los cuales son intangibles, pero a través de la información minuciosa que se brinda en el boletín los clientes pueden imaginarse como sería su experiencia

Marketing Directo: Las estrategias directas tienen mayores probabilidades de tener éxito dado a que poseen información personalizada de clientes y así persuadir a los consumidores para que pongan atención.

The background of the slide features a blurred image of a laptop keyboard in the upper right and a smartphone in the lower left. The text is overlaid on a dark grey semi-transparent rectangle.

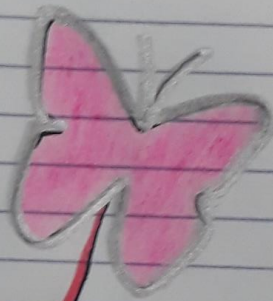
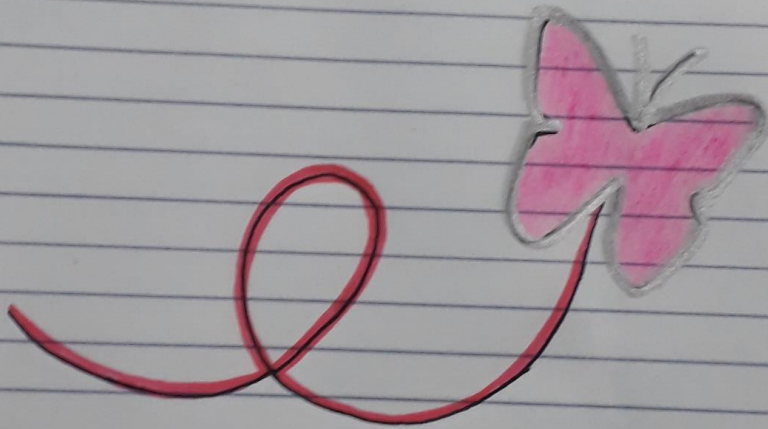
Vallas Publicitarias: Es el tipo de publicidad exterior donde se quiere captar la atención del publico y publicar los anuncios, es la mejor forma de llegar al mayor numero de usuarios al menor coste.

Comunicación de Boca a Boca: Los clientes que han optado por productos y servicios contribuyen con sus comentarios positivos sobre su experiencia, y puede actuar como un agente de ventas poderoso y creíble.

Promociones: El objetico consiste en acelerar la decisión de compra o motivar al cliente a utilizar un servicio especifico con mayor prontitud, y usan de estímulo muestras gratis, cupones y otros descuentos.

IV B logue

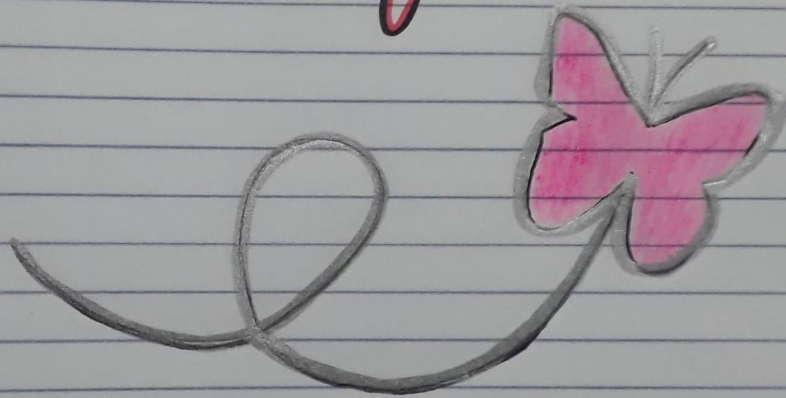
Administración



Shayla Alvarado



IV Bloque Mercadería



Shirley Alvarado

