



IPRAM

ROSSY MARYORITH LÓPEZ
ACABAL

5TO ADMÓN

Mercadotecnia

TAREA: #7

2021



7

Instituto Privado
Rafael Arellano Martínez.

Rosely Maryonith
López Acabal

5to Admón

Mercadotecnia

Mayte Escobar

2021

El posicionamiento de una marca de sus competidores.

Posicionamiento de Productos contra posicionamiento de texto Publicitario.

Una estrategia de posicionamiento competitiva se basa en el establecimiento

y mantenimiento de un lugar distintivo en el mercado para la marca y una organización de sus ofertas de

productos individuales.

Las elecciones de los clientes hacen de los productos reflejan las marcas que conocen y recuerdan y por lo tanto, la

manera en que están posicionados.

El papel de posicionamiento en la estrategia de Marketing

Se relaciona el análisis de mercados y el competitivo con los análisis corporativo interno a partir de estos posible desarrollar una declaración del posicionamiento etc.