



INSTITUTO IPRAM

ROSSY MARYORITH
LÓPEZ ACABAL

TAREA: 8
5TO ADMÓN

PROFA: MAYTE

CLAVE"9"

2021

Instituto Privado
Rafael Arekalo Martínez.

Rosy Maryorith
López Acabal

5to Admón

Mercadotecnia

Mayte Escobar

2021

Rossy Maryorith López Acabal
5to Admón....

31 / 08 / 21
Mercadotecnia

1. ¿Es la actividad de marketing más visible o audible?
Comunicación.
2. ¿Se utiliza de manera inteligente en conjunto con otros esfuerzos? Marketing.
3. ¿Elementos de la comunicación de marketing? Servicio
4. ¿Tiene contacto con el cliente y el uso de herramientas?
Mercabólogos.
5. ¿Esta rodeado de mucha confusión? Campo de la Comunicación.
6. ¿Qué es la publicidad? Es dar a conocer un producto.
7. ¿Es un entorno de servicios? Papel de la comunicación de marketing.
8. ¿Representas formas importantes para añadir valor a un producto? Adición de valor.
9. ¿Dar información y consejo sobre las opciones de servicios?
Asesores
10. ¿Se utilizan comunicaciones de marketing para persuadir a los clientes? Empresa.

Rosy Maryonith López Acabal.

11. ¿Depende de una base de datos de ellos actualizado?
Relaciones con el cliente.
12. ¿De esto depende mantener el contacto con los clientes?
Técnicas.
13. ¿Técnicas para mantener el contacto con los clientes?
Correo, teléfono, telecomunicación, páginas web. Redes sociales.
14. ¿Necesidades y prácticas asociadas con el marketing?
Estrategias.
15. ¿Distingue a los servicios de los bienes? Diferencias.
16. ¿Aborda el diseño de programas de comunicación en marketing?
Oportunidades.
17. ¿Son desempeños y no objetivos? Superación de los problemas de la Intangibilidad.
18. ¿Es la seguridad financiera? Abstracción.
19. ¿Se refiere a los artículos que incluyen un tipo objetos?
Generalidad.
20. ¿Se refiere al hecho de que los bienes no pueden buscarse?
Búsqueda de información.

Rosy Maryorith López Acabal.

21. ¿son multidimensionales o novedosos? Impalpabilidad Mental.
22. ¿las empresas de seguros a menudo utilizan el método?
uso de metáforas
23. ¿participan activamente en la producción del servicio?
facilitación de la participación.
24. ¿qué es el público meta? los clientes los elementos principales también representan subordinación
25. ¿Es el avance de las tecnologías por petición?
nuevas oportunidades.