

Instituto Privado Mixto  
"Rafael Arenal Martínez"



Mayte Escobar

Madelin Esler Mo Vázquez

Mercadotecnia II

Tarea # 4

sto. Administración

2027

# Interrogantes de los Objetivos de la Comunicación

① ¿Quién es nuestro público meta?

Es un grupo de personas que reúnen las características generales de los individuos que consumen o necesitan nuestro producto, servicio o marca.

**Ejemplo:** Coca-Cola "El Mundo Entero"

Es difícil encontrar un rincón del mundo en el que no se beba coca-cola, o alguna otra de sus bebidas refrescantes. Obviamente lo hay, pero la marca tiene presencia en prácticamente todos los mercados posibles que podamos imaginar.

② ¿Qué necesitamos comunicar y lograr?

**Ejemplo:**

La necesidad de satisfacer las necesidades, gustos y preferencias de sus clientes, como bien expone, Por ello Coca-cola ha invertido grandes sumas de dinero en la promoción y comercialización de sus productos de marca en todo el mundo. La integración de diversas técnicas de promoción y comercialización ha ayudado a la empresa a llegar a los consumidores de diversos lugares geográficos del mundo, y de ese modo ampliar su cuota de mercado en la bebida no alcohólica.

Mo Madeline  
Tarea # 4.

Mo Madelin Torra 4

### ③ ¿Cómo debemos comunicarlo?

**Ejemplo:** Internet es un componente crucial para facilitar la comunicación de la organización así de la propia audiencia de los medios de comunicación. Con el auge de los nuevos medios de comunicación y los medios sociales, la compañía ha logrado mejorar sus técnicas de comercialización. Como herramienta de la estrategia de marketing.

- o Canales ubicados en lugares estratégicos
- o Anuncios y Presentaciones
- o Blog Web
- o Fotos.



### ④ ¿Dónde debemos comunicarlo?

**Ejemplo:** En medio de una campaña nacional de alfabetización para adultos, en los años 80, los educadores advirtieron que la publicidad en TV que mostraba a estudiantes orgullosos, entusiasmados y felices al ingresar a los programas de alfabetización. Los anuncios que describen las dificultades de los adultos con habilidades limitadas en lectura, escritura y matemática.

No Modelin Tarea  
# 4

¿Cuándo deben realizarse las comunicaciones?

Ejemplos

Tan pronto como sea posible. Tan pronto como la organización comienza a planificar sus objetivos y actividades, debe además empezar a planificar las maneras en que serán comunicados al público deseado y a otros. Esto se debe a que la comunicación exitosa es un proceso en desarrollo continuo y no un evento de una sola vez. Se debe dar publicidad a la organización tan pronto como se esté listo para comenzar con las actividades, aun si éstas sólo tienen un alcance inicial, en cuanto más personas conocen el esfuerzo más rápido se tendrán voluntarios y participantes llegando a la obra. Si está planificado un evento inicial es importante que se comience a anunciar la iniciativa y el evento tan pronto como sea posible ya que se desea que a gente asista.

