

Tarea 8

Nombre: Kevin Babanales Hernández

Grado: 4.to Administración

Curso: Mercadoternio I

Trabajo: Cuestionario de 25
preguntas

Questionario

1. ¿Cuál sería una función importante de los mercadólogos? Campeones de marca
2. ¿Se puede relacionar la idea de una experiencia del servicio de marca con la metáfora? Flor del Servicio
3. La intensidad de la competencia y las expectativas de los clientes se está incrementando Desarrollo de nuevos servicios
4. Existen muchas formas en las que un proveedor de servicios puede ser innovador. Categoría de nuevos Servicios
5. Son productos básicos nuevos para mercados que no han sido definidos Las innovaciones importantes en los servicios.
6. ¿Cuáles son los ejemplos de la introducción que hizo FedEx? la entrega urgente de paquetes, de la noche a la mañana
7. ¿Consisten en el uso de procedimientos nuevos? Las innovaciones importantes de procesos

8. ¿La institución no cuenta con un campus central permanente? No cuenta

9. ¿Consisten en la ampliación de las líneas actuales de productos? Las extensiones de líneas de productos

10. ¿Como se le considera a la primera empresa en ofrecer un dicho producto? innovadora

11. ¿Como actúan los demás empresas ante la innovadora? Seguidoras y defensivas

12. Son menos innovadoras que las innovaciones de procesos: Las extensiones de línea de procesos

13. ¿Cuál es otro tipo de extensión de líneas de procesos? Consiste en la creación de opciones de autoservicio

14. ¿Consisten en añadir nuevos elementos de facilitación o de mejora de un producto? Las innovaciones de servicios complementarios

15. Pueden ser tan simples como agregar un lugar de estacionamiento Las innovaciones de baja tecnología

16. ¿Pueden ayudar a crear lo que los clientes perciben? Las mejoras múltiples

17. Son las innovaciones más comunes e implican cambios mínimos Las mejoras de servicio

18. Representan la clase de innovación más sencilla
Los cambios de estilo

19. Algunos ejemplos de cambios de estilo: pintar
las sucursales y los vehículos con nuevos esquemas

20. ¿Pueden ser sustituidos competitivos cuando ofrecen
los mismos beneficios fundamentales? Los bienes y
servicios

21. Distribución de información y promoción de
materiales relacionadas con la oferta de servicio Flujo
de información y promoción

22. Llegar a un acuerdo sobre las características y
configuración del servicio Flujo de negociación

23. Muchos servicios, especialmente los que se refieren
al proceso hacia los procesos o las posesiones
Flujo de producto

24. Se relaciona con el servicio básico y también
con los servicios complementarios La distribución

25. ¿Los clientes van al local de servicio o los
proveedores van a sus clientes? ambas