

L M M J V S D

Tarea 08

Realiza

un

Cuestionario

de

25

Preguntas

Paola Garcia

Cuestionario 25

Preguntas.

- ① Es la actividad de marketing más visible o audible?

La Comunicación

- ② Es un entorno de servicios, y herramientas de comunicación son especial y ayuda a crear imágenes poderosas?

El Papel de la Comunicación

- ③ Qué es adición de valor por medio del contenido de la Comunicación?

Es una información y consulta que representa formas importantes para añadir valor a un producto.

- ④ Las estrategias de comunicación de marketing tradicionales fueron determinadas principalmente por las necesidades?

La Comunicación de Servicios plantea desafíos y oportunidades

5) Debido a que los servicios son desempeños y no objetos?
Superación de los problemas de intangibilidad

6) Debido a que conceptos abstractos tales como seguridad financiera?
Abstracción

7) La generalidad se refiere a artículos que incluyen un tipo de objetos físicos?
Generalidad

8) Se refiere al hecho de que los bienes intangibles no pueden buscarse o inspeccionarse?
Imposibilidad de búsqueda de información

9) Muchos servicios son tan complejos, o novedosos que a los clientes, especial a los nuevos?
Impalpabilidad

10) Algunas empresas han creado metáforas de naturaleza tangible para comunicar los beneficios?
Uso de Metáforas para comunicar la prestación de valor

8 7 6 5 4 3 2 1

11) ¿Cuándo los clientes participan activamente en la producción del servicio?
 Facilitación de la participación del cliente en la producción

12) Incluso si los clientes comprenden lo que se supone que un servicio debe de hacer?
 Ayuda a los clientes para evaluar las ofertas de servicio.

13) Muchos desempeños de servicios en vivo, como un asiento en el teatro para un espectáculo?
 Estimular o desalentar la demanda para ajustar la capacidad

14) En los servicios de alto contacto, el personal de estos es esencial para la prestación del mismo?
 Promoción de la contribución del personal de servicio.

15) ¿Qué papel debe de tener la Comunicación para una empresa de servicios para alcanzar sus metas?
 Establecer un plan de objetivos

L M M J V S D

16) Clientes potenciales, usuarios y los empleados ellos representan?

Público meta.

17) Necesitan tener metas claras, de otra manera será más difícil formular objetivos.
Especificación de los objetivos de comunicación.

18) La planeación de una campaña de comunicaciones de marketing debe reflejar una buena comprensión?

Consideraciones principales de una planeación.

19) Con el avance de las tecnologías por petición los consumidores tienen cada vez más poder para decidir cómo y cuándo?

Nuevas Oportunidades dirigidas para comunicarse.

20) Los empleados de contacto pueden atender personalmente o por teléfono?

Servicio al cliente por parte del personal de contacto.

21) Muchas empresas ofrecen programas educativos para los usuarios?

Capacitación al cliente.

L M M J V S D

(22) Incluye herramientas como el correo postal, mensajes electrónicos etc.
Marketing Directo

(23) Es útil considerar las promociones de ventas como una comunicación anudada a un incentivo?
Promoción de Ventas

(24) ¿Implican esfuerzo para estimular el interés positivo por una organización?
Relaciones Públicas

(25) ¿La empresa no puede evitar crear interés por sus ofertas fuera de su mercado local?
Comunicación de Marketing E Internet