

**INSTITUTO PRIVADO
RAFAEL AREVALO MARTINEZ**



**CURSO
MERCADOTECNIA**

**CATEDRATICA
MAYTE ESCOBAR**

**NOMBRE
ZABDY ANDREA APEN GARCIA**

**GRADO
4TO. ADMON**

**TAREA #5 LLUVIA DE IDEAS
ENTREGA DE SERVICIOS**

I.P.R.A.M

Curso: **M**ercadotecnia

Catedrática: **M**ayte **E**scobar

Nombre: **Z**abdy **A**ndrea
Apén **G**arcía

Grado: **4**to. **A**dmon.

Tarea # **5**

Lluvia de **I**deas

Entrega de Servicios

Presentación de servicios

Navegación fácil.

Estrategias

Impulsor Fundamental.

Confianza de los clientes

Alternativas.

Telecomunicaciones.

Tecnología.

Autoservicio.

Promociones

Incentivos

Garantía.

VIVO

Disponibilidad de puntos de servicio.

Naturaleza de la interacción
entre clientes y proveedores

Unico
sitio

Múltiples
sitios

El cliente va a la organiza-
ción de servicios

Teatro
Peluperia

Servicio de autobuses
Cadena de comida
rápida

La organización de servicios
va al cliente

Pintura de
casas
lavado de auto-
móviles

Entrega de correo
Servicio para
automóviles
en carreteras

El cliente y la organización
de servicios realizan la trans-
acción a distancia (correo
o comunicaciones electro-
nicas)

Compañía de
tarjetas de
Credito, Tele-
visora local.

Red de radio-
transmisión
Compañía
telefónica.