

Microeconomía Gustaviano

Tarea # 3

Carina O. S.

1. Cuando los clientes participan activamente en la producción del servicio, necesitan capacitación para tener un buen desempeño al igual que los empleados.
F4 Facilitación de la Participación en la producción
2. ¿Cuáles son los métodos para capacitar a los clientes en publicidad? *F4 La televisión, videos, eventos*
3. En la difusión de innovaciones es el proceso por el cual una nueva idea o un nuevo producto
F4 Depende el Producto
4. Es el proceso de crear nuevos productores para un vendedor por una empresa. *F4 Dueños el producto*
5. Se trata de la resolución rápida de problemas un buen servicio al cliente es la habilidad de anticiparse a una persona antes, durante y después de una venta. *F4 M ejerce el servicio*
6. Consiste en elegir constantemente lo planeado con lo ejecutado con el objetivo de asegurar
F4 Control Público
7. ¿Qué es Público meta? es el grupo de personas al cual está dirigida una marca, producto o campaña.

8 Es el conjunto de herramientas o variables de comunicación utilizadas por las organizaciones para comunicarse con sus mercados **P11 Mezcla Promocional.**

9 Es una variable de la mezcla de promoción, consiste en incentivos de corto plazo a los consumidores a los miembros de canal de distribución **P11 Promoción P1 Ventas.**

10 ¿Qué significa Promente? es una disminución del precio de un bien o un servicio. Es una herramienta utilizada en multitud de estrategias.

11 ¿Qué es Para Computar y Refragar medios de comunicación más amplios **P11 Concepto Es de medios.**

12 ¿Quié son medios masivos? son los medios de comunicación recibidos simultáneamente por una gran audiencia.

13 ¿Qué es un evento un determinado producto o servicio **P11 con unas condiciones especiales P11 Oferta P1 Marketing.**

14 ¿Qué es la Publicidad? es la herramienta tradicional directa del marketing y tiene a los objetivos de divulgar un producto para estimular su consumo.

15 ¿Son los objetivos a los que nos proponemos llegar mediante una serie de acciones de comunicación **P11 objetivos P1 la Comunicación**

16. Tiene a desarrollar una característica personal particular en quien los recibe

P11 Características Del Canal

17. Comprende las comunicaciones desarrolladas dentro de la organización y transmitidas los canales de producción que integran al servicio.

P11 Mensajes y transmisor a través de Canales D. Producción.

18. Es un tipo de comunicación interpersonal, donde el punto de vista y personal se mantiene una comunicación oral entre vendedor y comprador.

P11 Venta Personal.

19. ¿Quié incluye el marketing directo?

Correo Postal, Mensajes Telefónicos grabados, fax y Correo Electrónico.

20. Es una tipología de campaña publicitaria que busca desarrollar un resultado en un target concreto

P11 Marketing Directo

21. Estimulan una intensa cobertura de los medios y ofrecen a los clientes la oportunidad de conocer los efectos más recientes de una amplia gama de productos en el campo.

P11 Exhibiciones Comerciales

22 Implican esfuerzos para estimular el interés público por una organización y por sus productos, medi-
ante nuevos lenguajes **R11 Relaciones Públicas**

23 Es una técnica que consiste en pasar información por medios verbales de persona a persona
R11 Comunicación P1 Boca en Boca

24 Se ha convertido en una parte importante de la mezcla de comunicaciones de la mayoría de las empresas de servicios **R11 Publicidad efectiva con Fortitud**

25 Son aquellas instancias en donde el cliente se encuentra cara a cara con los empleados **R11 Encuentros P1 Servicio**