

INSTITUTO PRIVADO RAFAEL AREVALO MARTINEZ

Nombre: Débora Aleksandra Soto

Grado: 6to
Administración

Docente: Mayte Escobar

Curso: Mercadotecnia

III

Presentación

En el siguiente trabajo le dare a conocer un poco sobre la música en los negocios adecuada para la visita de los clientes para que se sientan cómodos y satisfechos en su compra y puedan regresar otra vez.

Elaborar un Estudio de que tan Importante es la Música para los Clientes.

Diversos estudios han demostrado que los consumidores pasan más tiempo en un establecimiento y compran más cuando hay música en el local. Puedes usar la música para hacer que la tienda sea más atractiva y que haga que la gente quiera regresar, incluso si no tienen planes de comprar. Obviamente es importante hacer una buena musical y elegir aquellas canciones que vayan de acuerdo con tu público objetivo. Por ejemplo, si vas a vender productos exclusivos, quizás tu mejor opción sea la música clásica o jazz. Así mismo, la música te puede ayudar a retener empleados. Los estudios demuestran que la música mejora el desempeño

en el lugar de trabajo al reducir el estrés y la depresión de los empleados, disminuyendo la rotación del personal y ahorrándole altos costos a las compañías", dice Joe Lamond, CEO de la asociación Nacional de los Comerciantes de Música, en Estados Unidos.

* Existen 5 tipos para elegir la Música correcta para tus clientes:

- 4- Mantener la melodía en un segundo plano: considera a la música como un potenciador del ambiente no en el punto focal de humor que intentas crear en tus compradores, "Los clientes no deben prestar atención a la música." La música no debe ser muy fuerte, si no que ser solamente una presencia de la atmósfera".

2- Busca un balance en el Volumen.
Manten la música en tu negocio
en el Volumen adecuado, evita
perder clientes porque está de-
masiado Fuerte. Por ejemplo: algunas
tiendas dirigidas a los adolescentes
suben el Volumen para atraer atención
sin embargo la mayoría debe
moderarse, en especial si el pú-
blico es mayor de 25 años.

• La música suave puede facilitar crear
un ambiente divertido y muy agradable
que invite a la compra.

3- No te pongas muy animado.

El ritmo importa tanto como
el Volumen. Cuanto más rápida
es la melodía en una tienda,
más gente se estresa, por ejemplo
de cuanto tiempo va a pasar en la
fila. La música más lenta ayuda
a mantener calmada a la clientela.

4- Piensa en tu música de Espera. Cuando pones a tus clientes en espera durante una llamada telefónica lo último que quieres es que espere en silencio o forzarlos a escuchar música agradable. Adquiere un aparato que entregue este servicio y elige con cuidado que melodía poner.

5- Hacer que la Música Motive. Si su meta es motivar y energizar a tus empleados, puede que obtengas mejores resultados si personalizar la música y las utilizas para reconocer los logros de tu personal. En algunas empresas son los mismos empleados quienes eligen la lista de música a partir de gustos personales.

Criterio

La música tiene una influencia en el marketing y entenderla puede ayudar a una compañía exitosa. Por ello el trabajo se divide en atención al cliente personal y en lo cómodo que el cliente se sienta en el negocio.