

Nombre: Luis Fernando Alva Sánchez

Catedrática: Mayte Escobar

Curso: Mercadotecnia

Grado: 5to Administración

IPRAM

2021

Questionario de merca #8

- 1) En que momento se puede determinar los patrones de uso. RII Analisis de registros de pago.
- 2) Los miembros estan muy relacionados con sus esquemas de pago.
Pagado anualmente.
- 3) Que financiamiento previo ofrecen en los boletos RII Descuento por suscripcion antes de que inicie la temporada.
- 4) Buales (significa) son las dos opciones basicas que debe usar el cliente para poder pagar.
RII por adelantado y al instante del servicio.
- 5) Que significa pedirle a los clientes pagar por adelantado RII El comprador esta pagando antes de recibir los beneficios.
- 6) Porque suelen estar a cierta distancia de donde vive o trabajo RII Clientes potenciales.
- 7) Que beneficios obtuvo en el uso de intermedio que estan mejor ubicados.
RII pago por comiso o transferencia.

8) Cuáles son las organizaciones aceptadas para reservas. R// Telefonicas, Internet, fax y tarjeta de credito.

9) En donde se debe hacer el pago.
R// En locales de representación de servicios.

10) Los servicios no siempre están bien ubicados como. R// Aeropuertos, teatros y estadios.

11) Qué es lo que los clientes también esperan de una empresa. R// una factoración bien y procedimientos.

12) En que ocasiones las empresas delegan estas tareas a intermediarios.
R// con agentes de viajes de reservaciones

13) Los usos intermediarios también generan uso neto. R// Actualización de una empresa de servicios

14) Cuáles son los servicios complementarios que incluyen información R// pedidos, factoración y pago

15) Los clientes aprecian cuando una empresa permiten obtener las siguientes informaciones
R// Precios y hacer reservaciones.

16) Son deseos y no objetivos.
Superación de los problemas de intangibilidad.

17) Aborda el diseño de programas de comunicación en marketing. R// Oportunidades.

18) Distinguen a los servicios de los bienes.
R// Diferencia.

19) Mantiene el contacto con los clientes.
R// Técnicas.

20) Necesidades y prácticas asociadas con el marketing.
R// Estrategia.

21) Qué es public meta.
R// Los clientes, los empleados representan subdividir.

22) Es el avance de la tecnología por petición.
R// Nuevas oportunidades.

23) Qué es la seguridad financiera, abstracción.

24) Son multidimensiones o novechosos.
R// Impalpabilidad mental.

25) Qué es la publicidad. R// Es dar a conocer un producto.

