

Instituto Privado

Rafael Arriola Martínez

Yatzury Gairina Orozco Pachin

Punto Punto en Administración De E

Mercedotecnica II

Mayte Escobar

Tarea #1

Conocer la Producción De Una Empresa

Introducción

Los Canales de Distribución son el conjunto de empresas o individuos que adquieren la propiedad, o participan en su transacción, de un bien o servicio a medida que éste se desplaza del productor al consumidor o usuario. Los Canales de distribución les intermediasen com- para los grandes cantidades de los fabricantes para distribuir en las cantidades pequeñas y los usuarios más amplios que alcan los consu- midores.

Canales De Producción De Una Empresa

Mayor Transmisión

Los mayores transmisores a través de canales de producción comprenden las comunicaciones de desarrollo de los canales de la organización y transmisión de los canales de producción que integran el servicio.

Hay una división más cuando la empresa donde se origina el servicio contacta internamente para entregarlo.

Servicio al Cliente por parte del Personal De Contacto

El servicio al cliente se refiere a todas las acciones implementadas para los clientes antes, durante y después de la compra. También conocido como servicio de atención al cliente, se realiza para cumplir con la satisfacción de un producto o servicio. El servicio al cliente se refiere más a acciones específicas para el servicio o el cliente.

Es solo la persona que se relaciona directamente con el cliente, sino que, a los ojos del cliente, es el principal responsable del éxito de la empresa, son todas aquellas personas que, por su actividad, proveen algún tipo de servicio a los usuarios, ya sea por placer o por necesidad.

Capacitación Del Cliente: una capacitación en servicio al cliente efectiva, tiende a desarrollarse en unas características personales particulares en quien las recibe. Los beneficios tanto para la empresa como para el personal.

Una capacitación en servicio al cliente efectiva, tiende a desarrollar unas características personales particulares en quien las recibe, el campo individual. La capacitación presenta beneficios como los siguientes:
Agradece a las personas a resolver problemas y a tomar decisiones.

Lejos de perder y mejora las aptitudes comunicativas de las personas.
Permite el logro de metas individuales.

El principal objetivo de toda forma de capacitación es la transformación de nuevos saberes, el desarrollo de nuevas destrezas o el aprendizaje en el manejo de nuevas herramientas.

Las capacitaciones permiten adquirir nuevas habilidades y mejorar el desempeño.

Es imprescindible capacitar al personal en el manejo de nuevas herramientas.

La importancia de la capacitación dentro de una empresa u organización no debe nunca subestimarse, la formación de personal especializado garantiza el desempeño de las labores.

Locales Lo Surcuro: tanto los mensajes planeados como los involuntarios llegan a los clientes a través del grupo ambiental de la población del servicio. Los mensajes impersonales se pueden distribuir en forma de boletines, cartiles, avises, folletos, pantallas de video y audios.

Mensajes Transmisor o Trans De Canal De Marketing

Los productores buscan sus un canal de marketing el cual consiste en un conjunto de organizaciones interdependientes que participan en el proceso de hacer que un producto o servicio este a disposición del consumidor o usuarios de negocios.

Ventas Personales: es un tipo de comunicación interpersonal, donde de forma directa y personal se mantiene una comunicación oral entre vendedores y compradores, las ventas personales son el tipo de ventas desarrolladas por las fuerzas de ventas de la empresa, son especialmente útiles en los siguientes casos:

• Cuando el producto o servicio es complejo o nuevo por lo tanto, los clientes requieren de una explicación detallada o de una demostración. Por ejemplo: polizas de seguros, electrodomesticos. La comunicación directa entre vendedores y compradores es una de las ventajas de la venta personal, ya que permite entender mejor los detalles y características del producto.

Exhibición Comercial es el arte de disponer en los puntos de venta, los productos de la manera mas atractiva ante los ojos de los clientes, de tal forma que logre captar la atención y estimular el deseo de compra, las exhibiciones comerciales son una forma popular de publicidad que también brinda importantes oportunidades para las ventas personales.

Publicidad es una forma de comunicación sinud, escrita o auditiva cuya función principal es informar, defender y persuadir al consumidor sobre un producto o servicio insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo; mejorar la imagen de una marca o reposicionar un producto o marca en la mente de un consumidor.

Se define como la creación de estrategias para dar a conocer a los consumidores un bien o un servicio. La mercadotecnia puede hacer un gran trabajo para lograr un producto o servicio, pero al poco más cuando mejoran o si nadie los conoce, si están no llegan a las multitudes.

Marketing Directo: el marketing directo o mercadotecnia directa consiste en tener una comunicación promocional directa con el público objetivo.

Y cualquier se envía información de la empresa producto o servicio que sea de interés para el consumidor, es un método que consiste en proporcionar un producto o servicio a un determinado consumidor y se realiza de forma individual o personalizada de acuerdo a sus intereses de compra o patrones de consumo.

Promoción o Ventas: es una variable de la mezcla de promoción, consiste en incentivos de corto plazo a los consumidores, a los miembros de canal de distribución o a los equipos de ventas, que buscan incrementar las ventas o la venta de un producto o servicio, es un componente del factor de marketing, denominado promoción comercial. Los componentes son la publicidad, las relaciones públicas y la venta, ya que es este el encargado de impulsar las ventas, ya que es este el encargado de crear aquellas actividades y medios encaminados a una estimulación e incremento de la demanda de un producto.

Relaciones Públicas: consisten en un proceso de comunicación estratégica que construye relaciones mutuas entre empresas y entre las organizaciones y sus audiencias, que permiten comunicar de manera amplia y clara, los valores, vincularlos a ella y, también, crear narrativas sobre sus servicios y productos.

Son actividades de alto grado de importancia dentro de las empresas, porque se logran y mantienen buenas relaciones entre la empresa y sus públicos mediante la comunicación.

Funciones de las relaciones públicas: son actividades de alto grado de importancia dentro de las empresas, porque se logran y mantienen buenas relaciones entre la empresa y los públicos mediante la comunicación.

Fin se originan para la Org.

Los productos se originan para de los la organización y no son controlados por el comerciante

Comunicación De Boca en Boca: Transmisión informacional y recomendaciones de carácter general al público habitualmente informal y personal. Usando principalmente los medios sociales y de comunicación directa. Es una técnica que consiste en pasar información por medio verbal de persona a persona.

Boletines Electrónicos, un nuevo tipo de comunicación de boca en boca.

Los boletines electrónicos De internet, generalmente llamados blogs, se están volviendo cada vez más populares. Estas son páginas de internet modificadas frecuentemente, donde los enlaces se enlistan en una secuencia cronológica.

Conclusion

Las decisiones sobre los canales de distribución dan a los productores los beneficios del lugar y los beneficios del tiempo al consumidor, para comprender cómo funciona el canal de distribución que utiliza cada una de las empresas y así darnos cuenta el porqué es tan importante para la fijación de precios.