

INSTITUTO PRIVADO
RAFAEL AREVALO MARTINEZ

Nombre: Anthony Abel Pivaral
Serrano

Catedrática: MAITE ESCOBAR

Curso: Mercadotecnia III

Grado: sexto

Carrera: Perito En Administración
de Empresas.

Tarea N: 8

Presentación

La mercadotecnia es un conjunto de actividades que se realizan para identificar las necesidades de un público determinado con el objetivo de satisfacer sus necesidades.

Análisis de Mercadotecnia III

La mercadotecnia es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos de individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes. Se trata de entender todo lo que hay detrás de una venta, para motivarla e incrementarla.

La mercadotecnia es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan o desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor semejante.

La mercadotecnia busca llegar a la satisfacción de los consumidores a través de estrategias que respondan a sus necesidades. Estas estrategias permitirán a las empresas llegar a sus clientes con las ofertas justas, en los momentos adecuados, para así cumplir con el objetivo final de cualquier

que crea un modelo de necesidad o ventas.

Todo termina en las ventas, pero hacer mercadotecnia no se trata solo de vender, se trata de entender todo lo que hay detrás de esa venta, por qué motivarla e inventarla, por eso los profesionales en mercadotecnia se esfuerzan en entender factores psicológicos, culturales y comportamentales de aquellos a quien quieren llegar. Adicional a eso tienen que tener presente dos extremos que son importantes en sus decisiones.

Por un lado los datos estadísticos que arrojan el panorama el cual se deben enfrentar y los números a los que deben llegar, y por el otro está la creatividad que tiene que estar presente en los dos extremos y que son importantes son las estrategias que no deben faltar debido a que son demasiado importantes.

Cementario

La mercadotecnia es un mercado formado por todos los consumidores de un producto o servicio.