

Instituto Privado
Rafael Durazo Martinez

Estadística General
García García García

Matemática II

Quinto Curso en Administración D. G.

Mayra Paredes

Tarea #4

Actividad Dependencia de los Objetivos
de la Organización.



1. ¿Quién es Nuestro Público Meta?

Es un grupo de personas al cual está dirigida una marca, producto o campaña, son personas que buscan lo que una empresa ofrece, por lo cual están más inclinados a llegar a un acuerdo comercial.

Es el colectivo de clientes ideales al cual destinamos nuestro producto o marca, en toda acción de Marketing debe estar dirigida a un público objetivo, se lo ve en las estrategias, tácticas, al hablar de un conjunto de personas sin un fin específico. Se puede definir también target.

Debido a que los resultados de acciones de consumo generalmente no conocen previamente a los clientes potenciales, necesitan usar una mezcla tradicional de comunicaciones, al que incluye elementos como publicidad en los medios, las relaciones públicas y lo que es la utilización de listas.

Los encuentros de servicio son: los laborales de venta por parte del personal de contacto con el cliente, promociones en el punto de venta,

Es posible distribuir información muy personalizada por medio de correo directo, correo electrónico o teléfono.

Los canales sirven para complementarse y reforzarse
medios de comunicación más amplios. Un cliente
objetivo es aquel que presenta más probabilidades
de comprar el producto o servicio.

Los empleados funcionan como público secundario,
es decir, quince sin ser el principal foco de
atención. Deben actuar para alcanzarlos por
nuestros mensajes y acciones.

2. ¿Quiénes comunican y logran?

La importancia de la comunicación radica en
que es nuestro medio para introducirnos los
unos a los otros, es nuestra herramienta para
conseguir lo que necesitamos y lo que queremos
así como lo que somos. Por eso, no solo como
personas, es importante comunicarnos bien como
empresa o como marca.

Queremos comunicar o anunciar nuestros
productos o servicios a los clientes para
que los puedan conocer y así lograr gran-
des ventas y al igual lograr que los
clientes estén satisfechos con nuestro producto
o servicios.

Y lograr la atención del cliente es un elemento imprescindible para la existencia de una empresa y constituye el eje de interacción fundamental en la clave del éxito, la comunicación entre los actores que forman parte de este sector, que debe ser fluida para que exista un flujo y tanto como para los clientes sino también para la empresa que se satisficiera.

Para comunicar un nuevo producto, la principal es tener una correcta y completa definición de nuestra audiencia, saber qué y cómo consumir que la interesa, que le motiva a las personas como clientes. El producto nos dirige a los fundamentos del Marketing, es el flujo de ingresos y el elemento central de cualquier empresa, satisfacer la necesidad o deseo del consumidor.

3.

¿Cómo Delimitar y Comunicarlo?

Conocer al público objetivo y su lenguaje, es algo indispensable en cualquier comunicación empresarial, pero, más aún cuando vamos a lanzar nuestro producto. Delimitar tiene un diálogo con los usuarios y adaptarnos a su forma de comunicar.

Email: es una forma efectiva de comunicarse con el cliente en términos del correo electrónico, eso si te recomendaría que marques el asunto de una forma clara y que la primera parte del email contenga el contenido más importante.

Redes Sociales: como no podría ser de otra manera, también debemos hablar de las redes sociales, que cada vez están jugando un papel más relevante en la comunicación externa de las empresas. De echo, con un buen uso de estas plataformas, las compañías pueden conseguir clientes en redes sociales.

Skype: Comunicarse con el cliente a través de Skype aún no es muy habitual, pero lo visto es que cada vez hay más empresas que se decantan por este medio. Si debes comunicarte de forma regular con los clientes pueden ser una estupenda opción, ya que en esta plataforma ofrece un servicio gratuito que además puede incluir video, es una conexión entre varias personas.

Marketing fantasma: es un servicio invisible, difícil para millones de usuarios, algo que no ha pasado inadvertido para los profesionales del marketing; puede implicarse en el servicio de atención al cliente.

Afiches; Revistas, Televisión entre otros

4

¿Dónde Deben Comunicarlo?

Los Productores o servicios se deben comunicar según en el mercado, o ya se de que se trata se servicio o producto, debe de buscarse un lugar adecuado para que el producto o servicio sea visible por los clientes, y además los productores se deben comunicar según su temperada, por ejemplo: En navidad se encuentran todos los accesorios para decorar, así que solo en los meses de diciembre venden cosas navideñas o si que solo en esas épocas se vendieran los accesorios.

5

¿Cuándo Deben Realizarse las Comunicaciones?

Las Comunicaciones deben realizarse según (un) el producto que a lo largo del mercado, según su temporalidad en especial, ya que la comunicación es como el intercambio de información que se produce entre dos o más individuos, es un proceso mediante el cual se transmite y se reciben datos, ideas, opiniones, actitudes para lograr las comunicaciones.

Las comunicaciones se desarrollan mediante el envío de señales que nos permiten transmitir un mensaje, es un proceso necesario en la actividad de la mercadotecnia, puesto que sin comunicación no existirá interacción con el mercado.