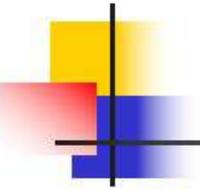




PUNTOS CLAVES EN MERCADOTECNIA

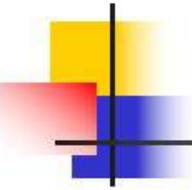
- conexión cliente – empresa – producto
- aprovechar oportunidades para incrementar ventas
- actitud para identificar , descubrir, satisfacer necesidades
- vender mirando al mercado – competencia
- Conjunto de técnicas que detectan oportunidades para la venta
- Análisis, plan, control para lograr objetivos
- Satisfacer necesidades o deseos y ganar \$ a cambio



MERCADOTECNIA

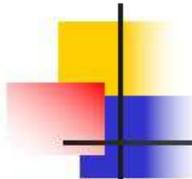
CONJUNTO DE TRES PRINCIPIOS
FUNDAMENTALES:

- 1- Análisis de oportunidades del mercado**
- 2- Análisis de segmentación del mercado (herramientas)**
- 3- Análisis del potencial mercado**



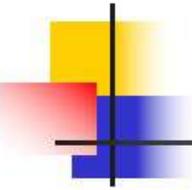
ANALISIS DEL POTENCIAL MERCADO

- **COMPRADOR POR IMPULSO**
- **COMPRADOR HABITUAL**
- **COMPRADOR CALCULADOR**
- **COMPRADOR INNOVADOR**



ANALISIS DE SEGMENTACION O MUESTREO ESPECTRAL

- **GEOGRÁFICAS**
- **DEMOGRÁFICAS**
- **PSICOGRÁFICAS**
- **CONSUMO DEL PRODUCTO**
- **EVALUACION DE LAS
HERRAMIENTAS**



ANALISIS DE OPORTUNIDAD DEL MERCADO

- **IDENTIFICAR ALTERNATIVAS DEL PRODUCTO: atributos – innovación – costos - precio.**
- **DESARROLLO DE MARCA.**
- **EL ENVASE.**
- **UNIR CADA ALTERNATIVA CON OBJETIVOS DE LA EMPRESA.**
- **FURMULACIÓN DE ESTRATEGIAS.**