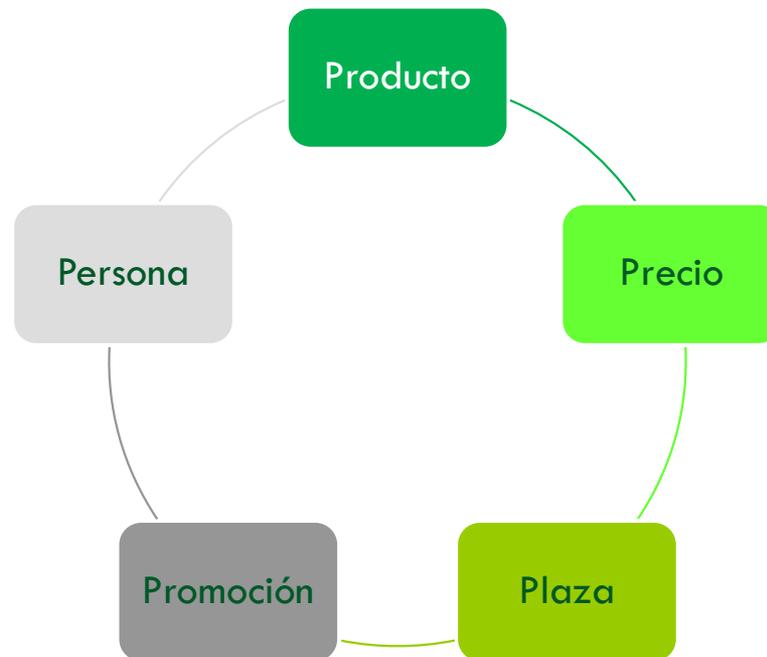


# MEZCLA DE MERCADEO

Prof. Silkia M. Obregón

# Mezcla de Mercadeo

- Incluye cuatro estrategias de Mercadeo básicas llamadas las 4 **P**, en adición la **P** de persona



# Mezcla de Mercadeo

- Las **4P** son herramientas que los profesionales en mercadeo o las empresas en el área usan y controlan para influir en los clientes potenciales.



# Actividad: Crea tu Producto

## Instrucciones:

- Preparar el **producto** asignado (bizcocho)
  - Ingredientes deseados
- **Precio**
- **Plaza**
  - Lugar de venta
- **Promoción**
  - Crear nombre de la empresa
  - Nombre al producto
  - Promoción creativa



Tiempo: 10 minutos

# Presentaciones

Tiempo: 3 minutos



# Mezcla de Mercadeo



# Mezcla de Mercadeo



# Producto

Algo nuevo o mejorado que sirva para cubrir necesidades del mercado meta

- Diseño
- Características
- Funciones
- Nombre de marca
- Empaque
- Servicio
- Garantía



# Precio

Es lo que se da a cambio del producto.

- Depende de la oferta y la demanda que hay en el mercado.
- Las estrategias de precio deben reflejar cuánto están dispuestos a pagar y cuánto deben pagar los clientes.
- También se toman en cuenta los precios de la competencia.



# Plaza

- El lugar de distribución y los medios para llevar el producto a las manos del consumidor.
- Saber dónde compran sus clientes para llevarle el producto allí.
- Es determinar cómo y dónde se distribuirá un producto.



# Promoción

- Se refiere a la manera como se les hablará a los clientes potenciales sobre los productos de la compañía.
- Incluidos el mensaje, el medio seleccionado, las ofertas especiales y el tiempo de las campañas promocionales.



# Promoción

## Anuncio escrito

- Texto e imágenes



## Anuncio de video

- Libreto y protagonistas



## Anuncio radial

- Texto y voz



# Promoción

## Especiales



## Auspicio de actividades y/o eventos



# Promoción



# Persona

- Seguimiento y mantenimiento de la relación con el cliente, después de la compra del producto.
- Mantienen al cliente informado sobre nuevas ofertas, lanzamientos, servicios y/o garantías, para conseguir su fidelidad a la marca, empresa, producto, servicio, etc.



# Persona

- Que sepa que ante posibles fallos del producto, dudas o sugerencias, la empresa está a su disposición.
- De esta forma se consigue que el cliente repita la acción de compra y motive a terceros.



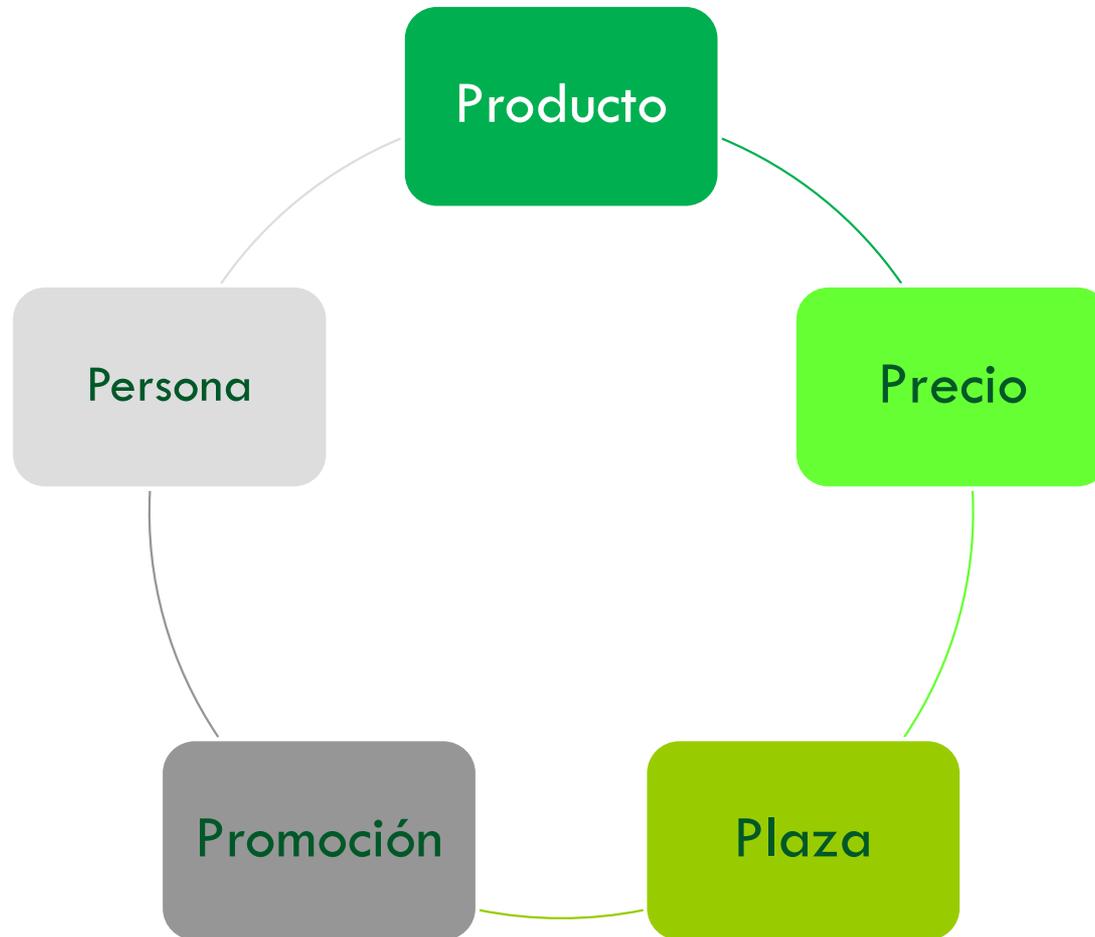


# Mezcla de Mercadeo

- Los especialistas en mercadeo controlan las decisiones sobre cada una de las **5P**;
- Basan sus decisiones en las **personas** que quieren atraer y convertir en sus clientes.



# Mezcla de Mercadeo



# Dudas o preguntas



# Referencias

---

Farese, Lois S.; Kimbrell, Grady; Woloszyk, Carl A., Ph.D. (2012) *Marketing Essentials*, Bothell, WA; Chicago, IL; Columbus, OH; New York, NY: McGraw Hill Education.