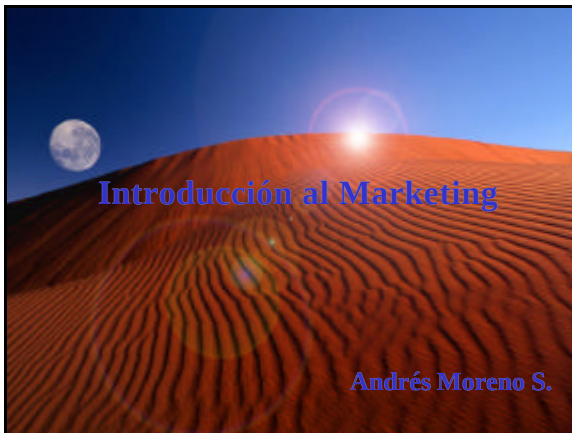




¿Qué es le Marketing?

- **Definition of Marketing (American Marketing Association)**
- Marketing is the process of planning and executing the conception, pricing, promotion, and distribution of ideas, goods, and services to create exchanges that satisfy individual and organizational objectives.

Lemas o Promesas de Marketing

- **Wal-Mart**
- “At Every Day Low Price”
- **FedEx**
- “Conectamos su Mundo”
- **Coca Cola**
- “Siempre Cola Cola”
- “La chispa de la vida”

Lemas o Promesas de Marketing

- **Sodimac Homecenter**
- “Mejore su vida, pagando menos”
- “Hágalo usted mismo”
- **Jumbo**
- “Le da más”
- **SmartCom**
- “Libre expresión”

Definiciones

- **Deseo:**
- Forma que opta una necesidad humana moldeada por la cultura y la personalidad individual.
- **Necesidad:**
- Estado de carencia percibida.
- **Demanda:**
- Deseos humanos respaldados por el poder de compra

¿Producto?

- **Producto:**
- Cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, lugares, organizaciones e ideas.

¿Servicio?

Servicio:

-  Cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es básicamente intangible y no tiene como resultado la propiedad de algo.

Definiciones

Valor para el Cliente:

-  La diferencia entre los valores que el cliente obtiene al poseer y usar un producto y los costos de obtener el producto.

 $\text{Valor} = \frac{\text{Beneficios}}{\text{Costos}}$

Definiciones

Satisfacción de los Clientes:

-  Grado en que el desempeño percibido de un producto concuerda con las expectativas del comprador.
-  “La clave está en entregar al cliente más beneficios de los que prometieron.”

Definiciones

- **Administración de la Calidad Total (TQM):**
- Programas diseñados para mejorar continuamente la calidad de los productos, servicios y procesos de marketing.

¿Cómo obtener lo que deseamos?

- Auto producción
- Robo, hurto
- Mendigar
- Intercambio
- Transacción

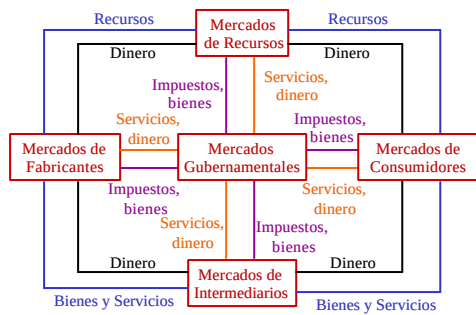
Condiciones para la Transacción

- Existen por lo menos dos partes.
- Cada parte tiene algo que podría ser valioso para la otra parte.
- Cada parte tiene capacidad de comunicación y entrega.
- Cada parte está en libertad de aceptar o rechazar el ofrecimiento.
- Cada parte cree que es correcto o deseable tratar con la otra parte.

MERCADOS

- Conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio.
- Comparten una necesidad o deseo dado que se puede satisfacer.

Estructura de Flujos de Mercados



Mezcla de Marketing (McCarthy)