



El mercado: Distribución y comercialización de productos



1. **Plan estratégico de marketing.**
2. Características del producto.
3. Distribución comercial.
4. La comercialización e internet.
5. Promoción

Marketing

Conjunto de principios y prácticas que pretenden el incremento del comercio, principalmente de la demanda, y el estudio de los procedimientos y recursos tendentes a este fin.

■ El trabajo que debe realizar el departamento de marketing, para crear y conservar el cliente se engloba dentro del **plan estratégico de marketing.**





1. Plan estratégico de marketing.
2. **Características del producto.**
3. Distribución comercial.
4. La comercialización e internet.
5. Promoción

■ Hay que conseguir que los consumidores vean nuestro producto de un modo diferente a los de su competencia, es fundamental:

- * Ser el primero.
- * Crear una categoría donde seas el primero.
- * Ser el primero en la mente del consumidor.

Son aspectos fundamentales de un producto:

- **Marca:** Símbolo que distingue en el mercado productos de una empresa de los de otras.
- **Envase:** Envoltorio o recipiente que contiene productos temporalmente.
- **Etiquetado:** Elemento que permite identificar o describir al producto.





1. Plan estratégico de marketing.
2. Características del producto.
- 3. Distribución comercial.**
4. La comercialización e internet.
5. Promoción

Canal de distribución:

Circuito a través del cual los productores ponen a disposición de los consumidores los productos para que sean adquiridos.

Centro de distribución comercial:

Infraestructura logística en la que se almacenan productos y se emiten órdenes de salida para su distribución al comercio tanto minorista como mayorista.



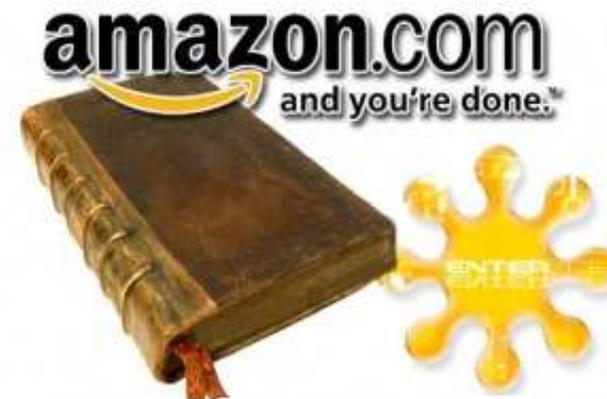


1. Plan estratégico de marketing.
2. Características del producto.
3. Distribución comercial.
4. **La comercialización e internet.**
5. Promoción



Comercialización a través de internet

- Una vez que los usuarios deciden comprar un producto, proporcionan la información de una tarjeta de crédito y la dirección a donde desean que se les envíe, con el fin de cubrir los gastos y hacerlo llegar al punto de elección.
- El servicio cuenta con un software de seguridad, y no se cobra ninguna comisión en las compras que se realicen.





1. Plan estratégico de marketing.
2. Características del producto.
3. Distribución comercial.
4. La comercialización e internet.
5. **Promoción**

Proceso mediante el cual la empresa da a conocer sus productos a los clientes potenciales.

El departamento de promoción debe hacer llegar la información a los consumidores a través de los distintos medios de comunicación.

■ **Publicidad:** Actividad da a conocer un producto y sus características, tratando de convencer al consumidor para que lo adquiera.

■ **Mensajes publicitarios:** Informaciones concretas para transmitir ideas. Reclaman la atención de los clientes haciéndoles recordar el producto promocionado.

■ **Propaganda:** Lanzamiento de una serie de mensajes para influir en la conducta del receptor.

