

Generalidades del MKT	Los 7 P del marketing	La evolución del marketing	El marketing B2B	El marketing en redes sociales
Concepto	Son una herramienta que ayuda a las empresas a desarrollar estrategias de marketing efectivas. Son: Producto, Precio, Promoción, Plaza, Personas, Proceso, Evidencia física.	La evolución del marketing se refiere al proceso de transformación y adaptación que ha experimentado la disciplina del marketing a lo largo del tiempo, desde su origen hasta la actualidad, influenciada por cambios tecnológicos, económicos, sociales y culturales.	Se refiere a las estrategias y tácticas utilizadas por empresas para promocionar y vender productos o servicios a otras empresas, instituciones o organizaciones, con el objetivo de establecer relaciones comerciales a largo plazo y generar ingresos.	El marketing en redes sociales se refiere a la utilización de plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, entre otras, para promocionar productos, servicios o marcas, conectando con el público objetivo, generando engagement, aumentando la visibilidad y fidelidad, y finalmente, impulsando las ventas y el crecimiento empresarial.

Objetivos	<ul style="list-style-type: none">1. Producto: Satisfacer necesidades del cliente.2. Precio: Establecer precios competitivos.3. Plaza: Distribuir productos de manera eficiente.4. Promoción: Generar interés y estimular ventas.5. Persona: Capacitar personal para brindar buen servicio.6. Proceso: Mejorar la experiencia del cliente.7. Pruebas: Reflejar la imagen y valores de la marca.	<ul style="list-style-type: none">Medición del RendimientoIdentificación de Áreas de MejoraAjuste de la Estrategia de MarketingMejora de la Toma de DecisionesEvaluación de la Eficacia de las Herramientas y Tecnologías	<ul style="list-style-type: none">Generación de LeadsFomento de la Conciencia y Reconocimiento de la MarcaIncremento de las VentasFortalecimiento de las Relaciones con los ClientesAnálisis y Optimización de Procesos	Establecer una presencia en línea efectiva y generar resultados comerciales medibles, como:- Aumentar la conciencia y reconocimiento de la marca- Generar tráfico web y aumentar las ventas- Fomentar la interacción y el compromiso con la audiencia objetivo- Construir una comunidad de seguidores leales- Monitorear y gestionar la reputación en línea de la marca
-----------	---	---	---	---

Funciones	<p>Producto:- Desarrollar productos- Investigar necesidades del mercado- Mejorar productos existentes</p> <p>2. Precio:- Establecer precios- Analizar precios de la competencia- Ofrecer descuentos y promociones</p> <p>3. Plaza:- Seleccionar canales de distribución- Establecer alianzas estratégicas- Gestionar logística y entrega</p> <p>4. Promoción:- Crear publicidad- Desarrollar campañas de marketing- Gestionar relaciones públicas</p> <p>5. Persona:- Seleccionar y capacitar personal- Desarrollar habilidades del equipo- Gestionar servicio al cliente</p> <p>6. Proceso:- Desarrollar procesos eficientes- Mejorar experiencia del cliente- Reducir costos y mejorar productividad</p> <p>7. Pruebas:- Crear entornos físicos atractivos- Desarrollar materiales de marketing- Gestionar imagen de la marca</p>	<p>1. Adaptación a cambios en el mercado: Responder a cambios en las necesidades y preferencias de los clientes.</p> <p>2. Innovación y mejora continua: Incorporar nuevas tecnologías y estrategias para mejorar la eficacia del marketing.</p> <p>3. Análisis y medición del rendimiento: Evaluar el éxito de las campañas de marketing y ajustar la estrategia en consecuencia.</p> <p>4. Personalización y segmentación: Dirigirse a audiencias específicas con mensajes y ofertas personalizadas.</p> <p>5. Integración de canales: Coordinar esfuerzos de marketing a través de múltiples canales, como redes sociales, email y publicidad en línea.</p> <p>6. Fomento de la experiencia del cliente: Crear experiencias memorables y atractivas para los clientes.</p> <p>7. Gestión de la reputación en línea: Monitorear y gestionar la reputación de la marca en línea.</p>	<p>1. Generación de leads: Identificar y atraer a nuevos clientes potenciales.</p> <p>2. Concienciación y educación: Informar a los clientes potenciales sobre los productos o servicios de la empresa.</p> <p>3. Posicionamiento de la marca: Establecer la marca como líder en el mercado.</p> <p>4. Desarrollo de relaciones: Construir relaciones a largo plazo con los clientes.</p> <p>5. Apoyo a las ventas: Proporcionar apoyo y recursos a los equipos de ventas.</p> <p>6. Análisis y medición: Evaluar el éxito de las campañas de marketing y ajustar la estrategia en consecuencia.</p>	<p>1. Crear conciencia de la marca: Establecer presencia en redes sociales y aumentar la visibilidad de la marca.</p> <p>2. Generar tráfico web: Dirigir tráfico hacia el sitio web de la empresa.</p> <p>3. Fomentar la interacción: Estimular la participación y el diálogo con los seguidores.</p> <p>4. Crear contenido atractivo: Desarrollar contenido relevante y atractivo para los seguidores.</p> <p>5. Análisis y medición: Evaluar el rendimiento de las campañas en redes sociales y ajustar la estrategia.</p>
-----------	---	---	--	--

Aplicaciones	<p>Aplicaciones en diferentes industrias</p> <p>1. Comercio electrónico: Utilizar los 7 P para crear experiencias de compra en línea atractivas y personalizadas.</p> <p>2. Servicios: Aplicar los 7 P para mejorar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en industrias como la hostelería, el transporte y la salud.</p> <p>3. Productos de consumo: Utilizar los 7 P para crear campañas publicitarias efectivas y promociones que atraigan a los consumidores.</p>	<p>1. Desarrollo de estrategias de marketing: Utilizar análisis de datos y tendencias para desarrollar estrategias de marketing efectivas.</p> <p>2. Mejora continua: Implementar un ciclo de mejora continua para ajustar y optimizar las estrategias de marketing.</p> <p>3. Innovación y experimentación: Fomentar la innovación y la experimentación en las estrategias de marketing.</p>	<p>1. Generación de leads: Utilizar estrategias de marketing B2B para generar leads y aumentar las ventas.</p> <p>2. Fomento de la lealtad: Utilizar estrategias de marketing B2B para fomentar la lealtad y la retención de los clientes.</p> <p>3. Investigación de mercado: Utilizar estrategias de marketing B2B para realizar investigaciones de mercado y obtener información sobre los clientes.</p> <p>4. Gestión de la reputación: Utilizar estrategias de marketing B2B para gestionar la reputación de la empresa y proteger su marca.</p>	<p>Publicidad en redes sociales: Crear y ejecutar campañas publicitarias en redes sociales.</p> <p>2. Marketing de contenidos: Crear y distribuir contenido relevante y atractivo.</p> <p>3. Gestión de la reputación: Monitorear y gestionar la reputación de la marca en redes sociales.</p> <p>4. Análisis y medición: Evaluar el rendimiento de las campañas en redes sociales y ajustar la estrategia.</p>
--------------	---	---	---	---