

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 Rendimiento Identificación de Áreas de Mejora Ajuste de la Estrategia de Marketing Mejora de la Toma de Decisiones Evaluación de la Eficacia de las Herramientas y Tecnologías 	<ul style="list-style-type: none"> Generación de Leads Fomento de la Conciencia y Reconocimiento de la Marca Incremento de las Ventas Fortalecimiento de las Relaciones con los Clientes Ánalisis y Optimización de Procesos 	<p>Establecer una presencia en línea efectiva y generar resultados comerciales medibles, como:-</p> <p>Aumentar la conciencia y reconocimiento de la marca- Generar tráfico web y aumentar las ventas- Fomentar la interacción y el compromiso con la audiencia</p> <p>objetivo- Construir una comunidad de seguidores leales- Monitorear y gestionar la reputación en línea de la marca</p>
-----------	---	---	---	--

Funciones	<p>Producto:- Desarrollar productos- Investigar necesidades del mercado- Mejorar productos existentes2. Precio:- Establecer precios- Analizar precios de la competencia- Ofrecer descuentos y promociones3. Plaza:- Seleccionar canales de distribución- Establecer alianzas estratégicas- Gestionar logística y entrega4. Promoción:- Crear publicidad- Desarrollar campañas de marketing- Gestionar relaciones públicas5. Persona:- Seleccionar y capacitar personal- Desarrollar habilidades del equipo- Gestionar servicio al cliente6. Proceso:- Desarrollar procesos eficientes- Mejorar experiencia del cliente- Reducir costos y mejorar productividad7. 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.2. Innovación y mejora continua: Incorporar nuevas tecnologías y estrategias para mejorar la eficacia del marketing.3. Análisis y medición del rendimiento: Evaluar el éxito de las campañas de marketing y ajustar la estrategia en consecuencia.4. Personalización y segmentación: Dirigirse a audiencias específicas con mensajes y ofertas personalizadas.5. Integración de canales: Coordinar esfuerzos de marketing a través de múltiples canales, como redes sociales, email y publicidad en línea.6. Fomento de la experiencia del cliente: Crear experiencias memorables y atractivas para los clientes.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.2. Concienciación y educación: Informar a los clientes potenciales sobre los productos o servicios de la empresa.3. Posicionamiento de la marca: Establecer la marca como líder en el mercado.4. Desarrollo de relaciones: Construir relaciones a largo plazo con los clientes.5. Apoyo a las ventas: Proporcionar apoyo y recursos a los equipos de ventas.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.2. Generar tráfico web: Dirigir tráfico hacia el sitio web de la empresa.3. Fomentar la interacción: Estimular la participación y el diálogo con los seguidores.4. Crear contenido atractivo: Desarrollar contenido relevante y atractivo para los seguidores.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> <ol style="list-style-type: none"> 1. Comercio electrónico: Utilizar los 7 P para crear experiencias de compra en línea atractivas y personalizadas. 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. 3. Productos de consumo: Utilizar los 7 P para crear campañas publicitarias efectivas y promociones que atraigan a los consumidores. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo de estrategias de marketing: Utilizar análisis de datos y tendencias para desarrollar estrategias de marketing efectivas. 2. Mejora continua: Implementar un ciclo de mejora continua para ajustar y optimizar las estrategias de marketing. 3. Innovación y experimentación: Fomentar la innovación y la experimentación en las estrategias de marketing. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Generación de leads: Utilizar estrategias de marketing B2B para generar leads y aumentar las ventas. 2. Fomento de la lealtad: Utilizar estrategias de marketing B2B para fomentar la lealtad y la retención de los clientes. 3. Investigación de mercado: Utilizar estrategias de marketing B2B para realizar investigaciones de mercado y obtener información sobre los clientes. 4. Gestión de la reputación: Utilizar estrategias de marketing B2B para gestionar la reputación de la empresa y proteger su marca. 	<p>Publicidad en redes sociales: Crear y ejecutar campañas publicitarias en redes sociales.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Marketing de contenidos: Crear y distribuir contenido relevante y atractivo. 3. Gestión de la reputación: Monitorear y gestionar la reputación de la marca en redes sociales. 4. Análisis y medición: Evaluar el rendimiento de las campañas en redes sociales y ajustar la estrategia.
--------------	--	--	--	--