



Función productiva y función comercial de la empresa: La función comercial de la empresa: el marketing



Imagen 1 . Elaboración propia

La función comercial de la empresa: el marketing



Evolución de la función comercial

- Orientación a la producción.
- Orientación a las ventas.
- Orientación al cliente.
- Orientación social o marketing con causa.



Imagen 2. Elaboración propia



Clasificación de los mercados

- a) Según las características de los compradores:
 - Mercados de consumo.
 - Mercados industriales.
- b) Según el número de competidores:
 - Mercados de competencia perfecta.
 - Mercados de competencia imperfecta.
- c) Según la relación con la empresa:
 - Mercado actual.
 - Mercado potencial.
 - Mercado tendencial.



Fases del proceso comercial

1. Realización de un estudio de mercado.
2. Diseño del producto.
3. Establecer el precio.
4. Determinar dónde, cuándo y en qué cantidad se venderá.
5. Establecer la política de comunicación.



Imagen 3. Elaboración propia



Fases de la investigación de mercados

- Identificar el problema.
- Definir los objetivos.
- Diseño de la investigación.
- Recogida de datos.
- Clasificación y tratamiento.
- Análisis e interpretación.
- Conclusiones e informe.



Imagen 4 . Elaboración propia



Fuentes de información

1. Fuentes internas y externas.
2. Fuentes primarias y secundarias.
3. La información obtenida a través de las fuentes primarias puede ser:
 - Información cuantitativa: encuesta, panel, observación....
 - Información cualitativa: encuesta en profundidad, reuniones...





Fases de la segmentación de mercados

1. Definición del mercado.
2. Elección de los criterios: objetivos o subjetivos.
3. Determinación de los segmentos.
 - Estrategia de marketing indiferenciado.
 - Estrategia de marketing diferenciado.
 - Estrategia de marketing concentrado.



Imagen 6. Elaboración propia.