



MBA. Guido L. Curletto.

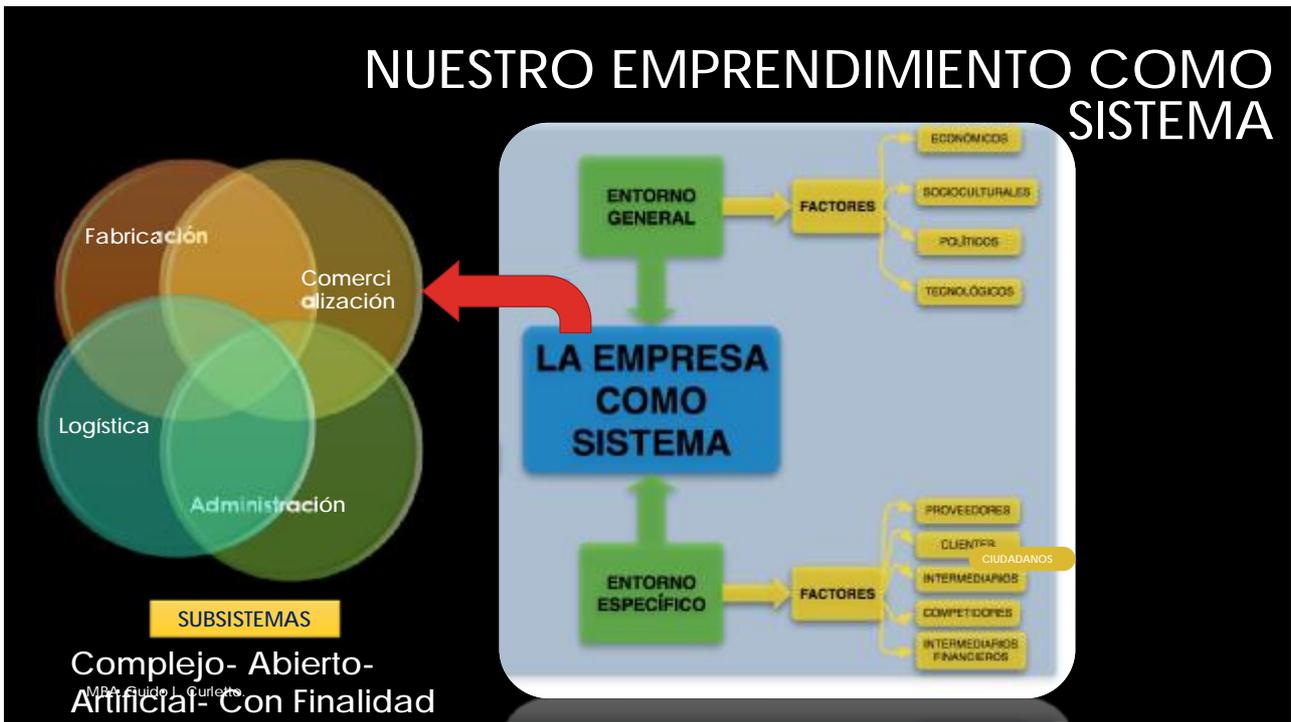
"EL MARKETING ES TAN BÁSICO QUE NO PUEDE CONSIDERARSE COMO UNA FUNCIÓN POR SEPARADO...ES EL NEGOCIO TOTAL CONTEMPLADO DESDE EL PUNTO DE VISTA DE SU RESULTADO FINAL; ES DECIR, DESDE LA PERSPECTIVA DEL CONSUMIDOR, USUARIO O CLIENTE."

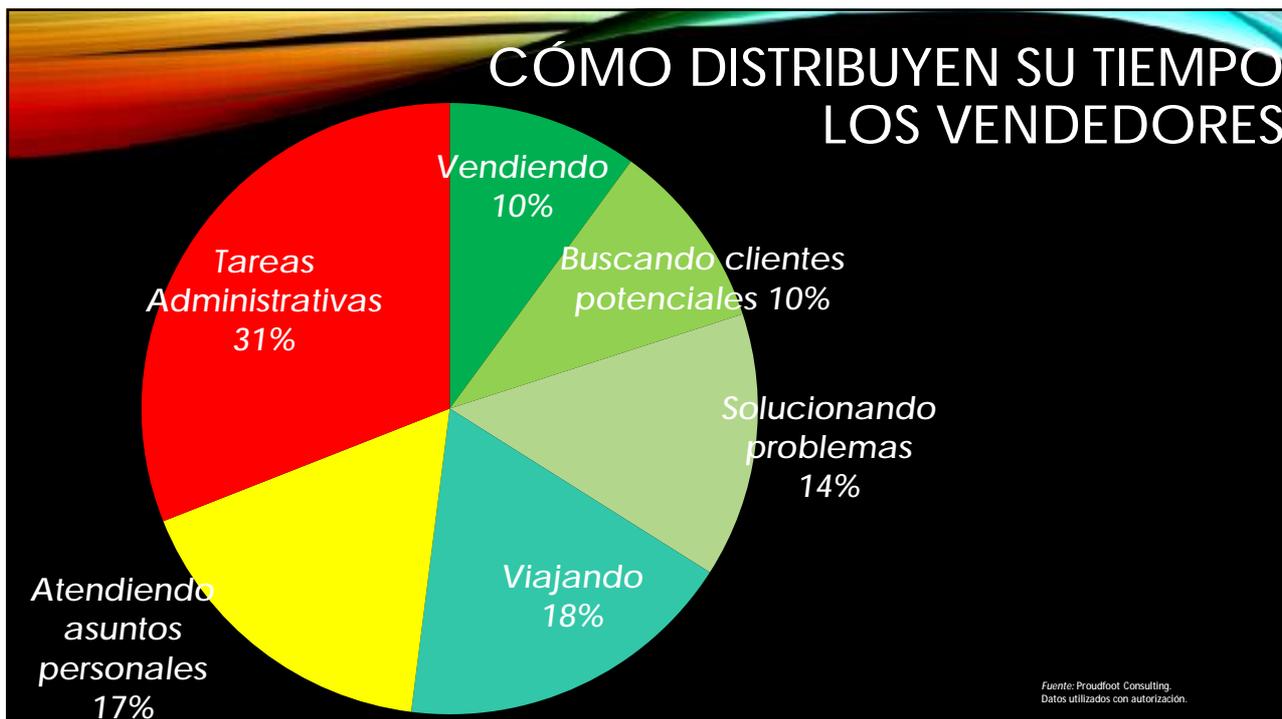
PHILIP KOTLER

SISTEMA:
"CONJUNTO DE DOS O MÁS ELEMENTOS INTERRELACIONADOS ENTRE SÍ."



MBA. Guido L. Curletto.





MBA. Guido L. Curletto.

EVIDENCIA FÍSICA

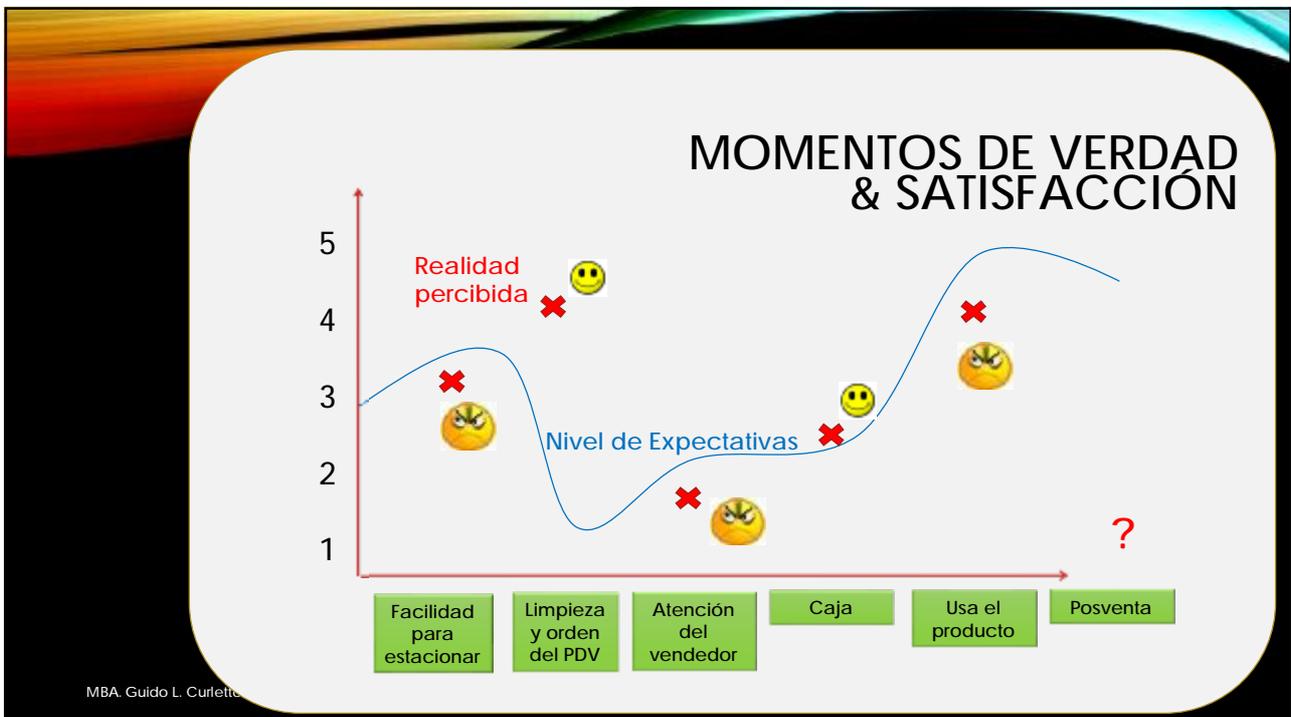
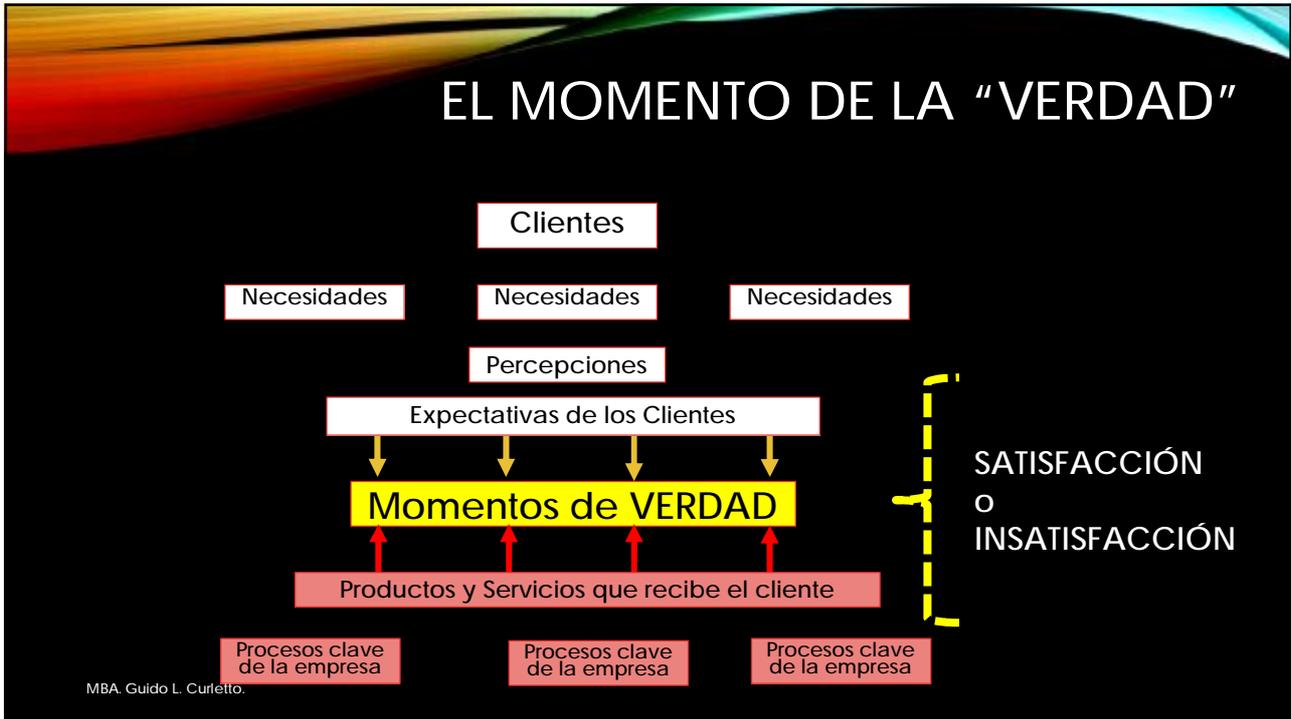
Momentos de Verdad. Mejora del Servicio percibido

CALIDAD- CONCEPTO

La calidad de un producto o servicio es la **percepción que el cliente o usuario tiene** del mismo, es una fijación mental del consumidor o ciudadano que asume conformidad con dicho producto o servicio y la **capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades.**

MBA. Guido L. Curletto.





El momento de la verdad es cualquier situación en la que el usuario- cliente se pone en contacto con cualquier aspecto de la empresa y obtiene una impresión sobre la calidad de la misma (producto+ servicio)



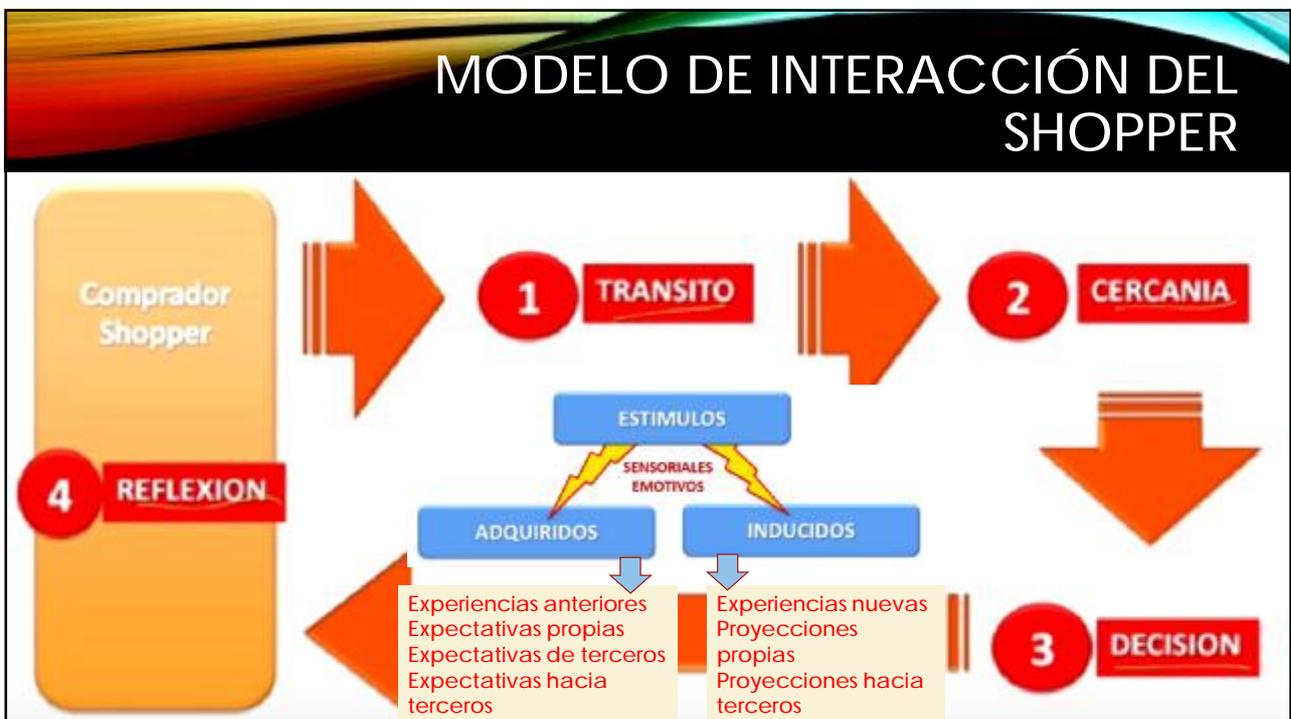
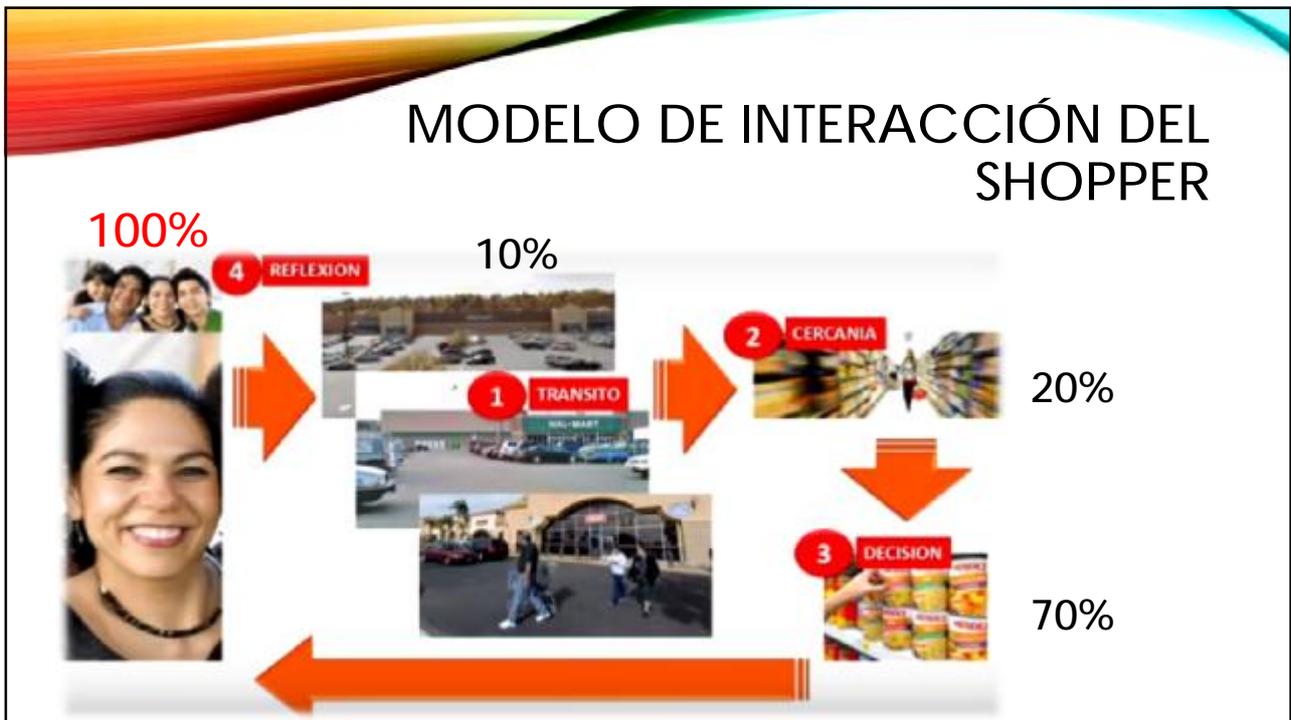
MBA, Guido L. Curletto.

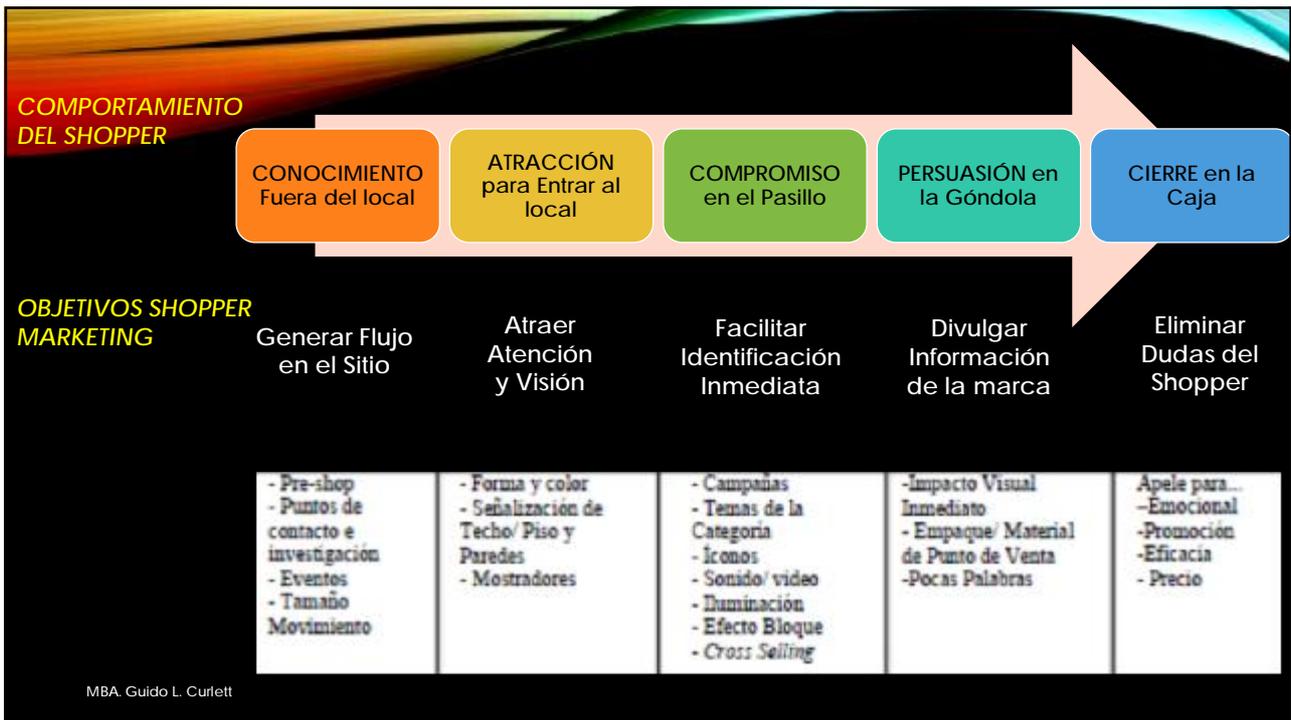
MOMENTOS DE VERDAD



Video extraído de Youtube.
Autor: Locales & Negocios

MBA, Guido L. Curletto.





a) LUGAR:

- Posición
- Altura
- Verticalidad/Horizontalidad
- Ritmo



ESTÍMULOS INDUCIDOS

b) INTENSIDAD:

- Brillo
- Contraste
- Saturación



c) DURACION:

- Exposición
- Modulación
- Memorabilidad



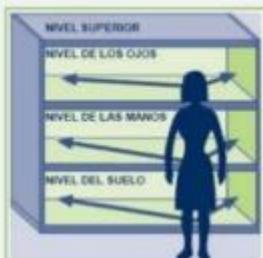
Como distribuir el lineal



NIVELES Y ZONAS DEL LINEAL

- **Nivel del suelo** Comprende el nivel más bajo, desde el suelo hasta una altura de unos 80cm.
 - Artículos de atracción
 - Artículos en promoción
 - Artículos voluminosos
 - Artículos imprescindibles para la compra
 - Artículos a granel
 - Envases con lectura vertical
- **Nivel de las manos** Se encuentra entre los 80 y 125cm.
 - Productos con mayor margen comercial y poca rotación
- **Nivel de los ojos** Se sitúa entre los 125 y 160cm.
 - Artículos que favorezcan la compra impulsiva
- **Nivel superior** Por encima de los 160cm.
 - Artículos de repetición

La zona óptima de ventas es en la que los estantes están a la altura de los ojos, la segunda zona vendedora es la que se encuentra a la altura de las manos, y los extremos, tanto inferior como superior.

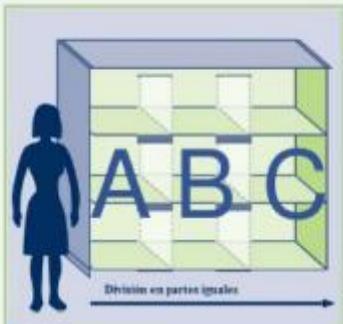


Al cambiar un producto de nivel se producen unas variaciones en las ventas:



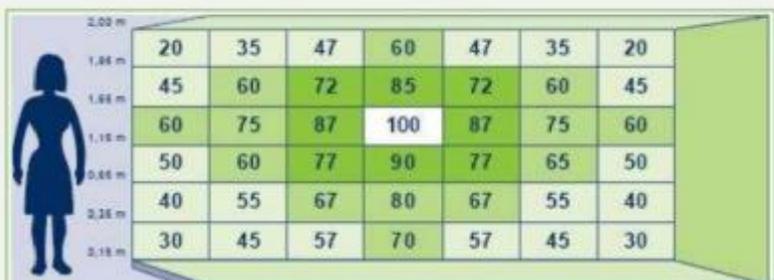
Como distribuir el lineal

- **Zona A** Es la zona que menos ventas realiza, ya que el cliente no se detiene. Además, en los extremos de los muebles se sitúan las cabeceras de góndola, que impiden ver la zona con comodidad.
- **Zona B** Se encuentra en el centro del mueble expositor, concentra todas las miradas de los clientes y, por lo tanto, la que más vende.
- **Zona C** Representa un valor medio en cuanto a ventas se refiere.



Zonas más vendedoras y menos vendedoras independientemente del producto o marca:

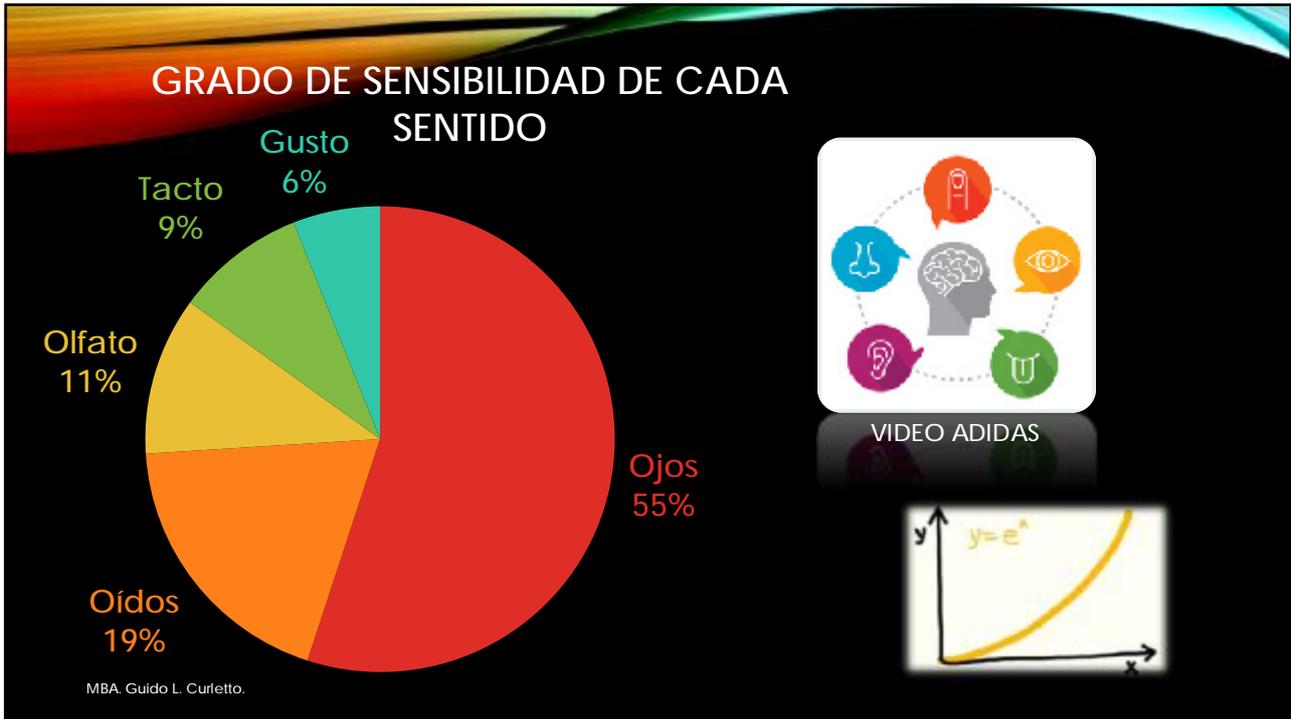
2,00 m	20	35	47	60	47	35	20
1,85 m	45	60	72	85	72	60	45
1,65 m	60	75	87	100	87	75	60
1,45 m	50	60	77	90	77	65	50
1,25 m	40	55	67	80	67	55	40
1,15 m	30	45	57	70	57	45	30

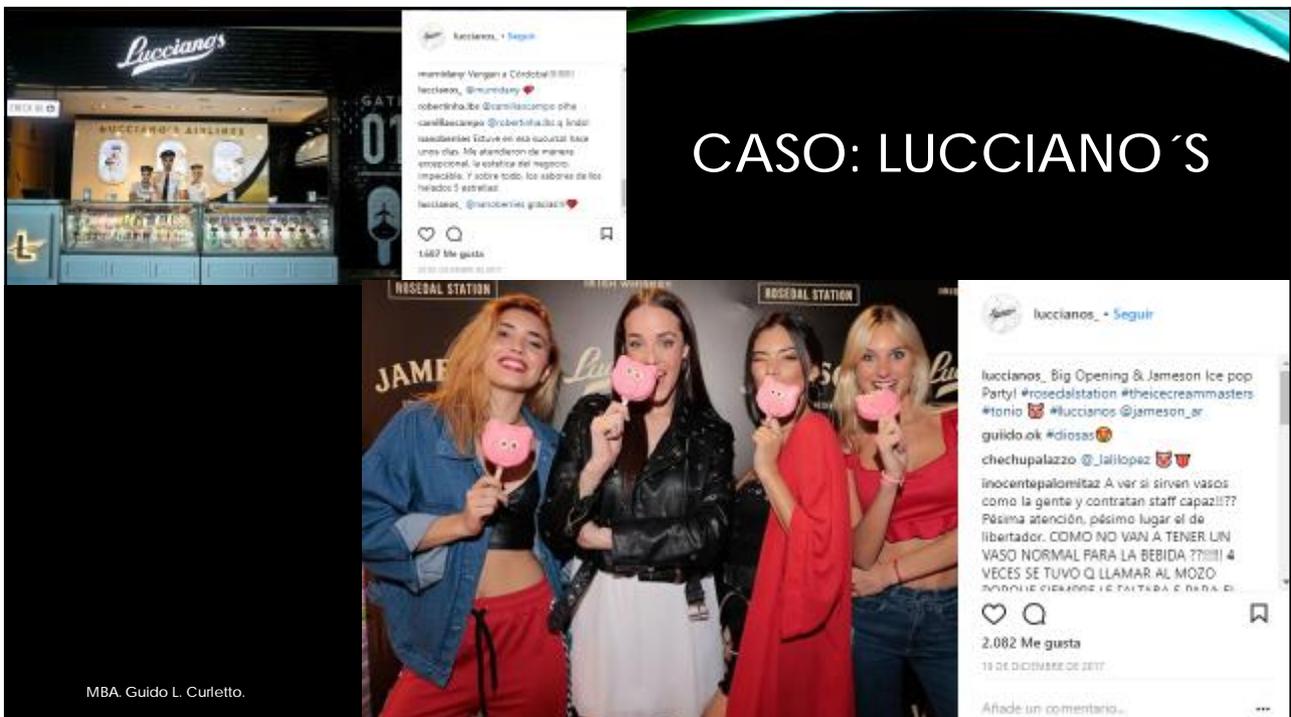


MEJORAS EN EL PUNTO DE VENTA

- La iluminación
- La señalización
- El orden y la limpieza
- La atmosfera y los aromas
- La disposición y tipo de mobiliario
- La música

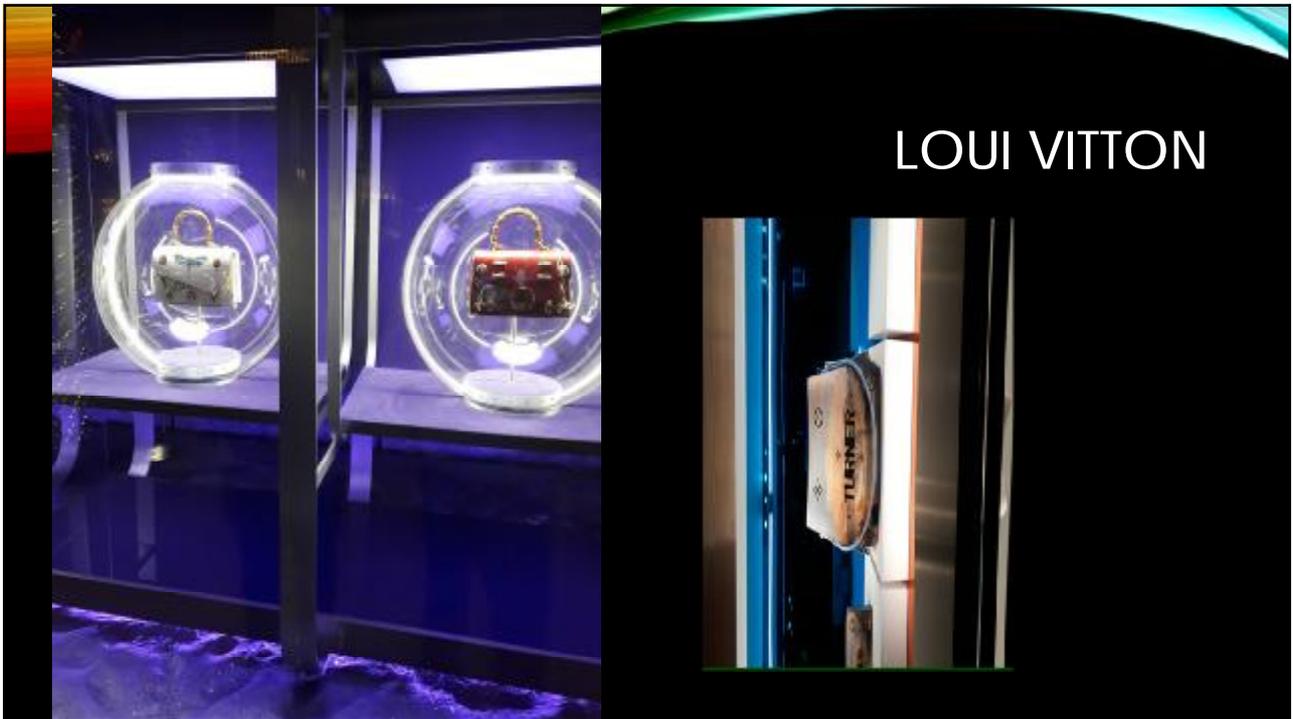
MBA, Guido L. Curletto.







Mba. Guido L. Curletto.



EL "CONCEPTO"

 <p>Largest communications provider owns no infrastructure.</p>	 <p>Largest taxi service owns no taxi vehicles.</p>	 <p>Largest media company creates no content.</p>
 <p>Fastest growing bank & currency, has no banks, nor central authority.</p>	 <p>Largest entertainment company produces no content.</p>	 <p>Largest global retailer has no inventory, and no stores.</p>
 <p>Fastest growing "cloud" development platform has no servers.</p>	 <p>Leading software & services brand monetizes people, not software.</p>	 <p>Largest hospitality company owns no real-estate.</p>

Q2