



Función productiva y función comercial de la empresa: Los instrumentos del Marketing - mix



Imagen 1 . Elaboración propia.



El Marketing-mix

Política de
producto

Política de
precio

Política de
distribución

Política de
comunicación



La política de producto

- ❑ Ciclo de vida de un producto: introducción, crecimiento, madurez y declive.
- ❑ Atributos del producto:
 - Atributos físicos
 - Atributos funcionales:
 - ✓ Color, olor, sabor...
 - ✓ Tamaño y cantidad.
 - ✓ Diseño.
 - ✓ Servicio posventa.
 - ✓ Packaging o presentación del producto.
 - Atributos psicológicos:
 - ✓ Calidad.
 - ✓ Marca.



Imagen 2. Elaboración propia



La política de precio

Métodos de fijación de precios

- En función de la demanda.
- En función de los costes.
- En función de los precios de la competencia.

- Precios diferenciales.
- Precios psicológicos.
- Precios cautivos.
- Precios de penetración.
- Precio fijo más variable.
- Tarifas planas.



La política de distribución

Los canales de distribución

- Canal directo.
- Canales cortos.
- Canales largos.

Intermediarios

- Mayoristas.
- Minoristas.

Estrategias de distribución

- Distribución exclusiva.
- Distribución selectiva.
- Distribución intensiva.



La política de comunicación

**Promoción de
ventas**

**Relaciones
públicas**

Publicidad

Venta personal



El marketing y las nuevas tecnologías

Producto

- Aparición de nuevos productos.
- Redefinición .
- Adaptación de los nuevos productos a las necesidades.

Precio

- Subastas.
- Precios indirectos.

Distribución

- Intermediarios especializados.

Comunicación

- Boletines de noticias.
- Pop-ups.
- Banners.