

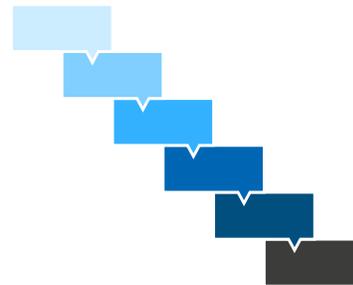
## Rol del *marketing* y ventas

Este rol se puede explicar por medio de los siguientes tres elementos:

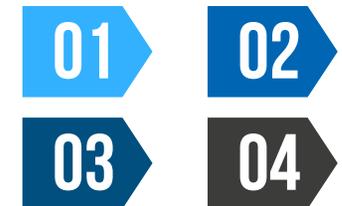
Paralelo



Etapas del proceso de mercadotecnia



Etapas de la gestión de ventas como proceso de la administración



## Paralelo

01

El *marketing* incluye todas las acciones que se llevan a cabo para atraer y persuadir al público objetivo.

02

Las estrategias de *marketing* y de ventas deberán trabajar de manera conjunta y coordinada para obtener los mejores resultados.

03

Las ventas son todas las acciones que se llevan a cabo para la comercialización de un producto o servicio a un cliente potencial, que ya se ha interesado en lo que la empresa ofrece.

04

El *marketing* busca resultados a largo plazo, mientras que las ventas buscan resultados a corto plazo.

05

El *marketing* se centra en la necesidad del cliente, mientras que las ventas lo hacen en el producto.

06

El *marketing* debe diseñar el producto que el cliente quiere, las ventas deben vender el producto que la empresa tiene.

## Etapas del proceso de mercadotecnia

Detección de oportunidades

Investigación de mercados

Selección de estrategias

Selección de tácticas

Ejecución

Control

## Etapas de la gestión de ventas como proceso de la administración

01



Planeación: Se definen objetivos y metas, temporalidad y presupuesto.

02



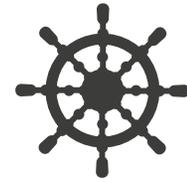
Organización: Definición de la estructura de personal y logística operativa.

03



Ejecución: Es la parte del proceso cuando se realiza lo planificado y la forma pensada para aplicarlo.

04



Control: Se deben poner en práctica los procesos tendientes a definir desviaciones de lo planificado.