



El Marketing como estrategia de posicionamiento en empresas de servicios [

2019

text (article)

Analítica

El marketing estratégico busca conocer las necesidades actuales y futuras de los clientes, localizar nuevos nichos de mercado, identificar segmentos de mercado potenciales, valorar el potencial e interés de esos mercados, orientar a la empresa en busca de esas oportunidades, precisamente ese es el objetivo que se plantea en la presente investigación, mejorar el posicionamiento en el mercado de servicios de la empresa Multiservicios del cantón Santa Isabel en la provincia del Azuay. Mediante la generación de estrategias de marketing basadas en elementos inherentes al diseño de nuevos servicios, alianzas estratégicas y el uso de las redes sociales. La metodología utilizada fue de tipo no experimental, cuali cuantitativo, de alcance descriptivo. En cuanto a la finalidad, el trabajo de investigación tomó una postura transversal. Los resultados obtenidos se los analizó desde el segmento al que pertenecen los clientes habituales de acuerdo a sus características generacionales tales como Millenials, generación X y Baby Boomers

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzE0MTgwNTY>

Título: El Marketing como estrategia de posicionamiento en empresas de servicios electronic resource]

Editorial: 2019

Tipo Audiovisual: Marketing estrategia posicionamiento servicio mercado

Documento fuente: Dominio de las Ciencias, ISSN 2477-8818, Vol. 5, Nº. 3, 2019 (Ejemplar dedicado a: Julio - Septiembre), pags. 784-802

Nota general: application/pdf

Restricciones de acceso: Open access content. Open access content star

Condiciones de uso y reproducción: LICENCIA DE USO: Los documentos a texto completo incluidos en Dialnet son de acceso libre y propiedad de sus autores y/o editores. Por tanto, cualquier acto de reproducción, distribución, comunicación pública y/o transformación total o parcial requiere el consentimiento expreso y escrito de aquéllos. Cualquier enlace al texto completo de estos documentos deberá hacerse a través de la URL oficial de éstos en Dialnet. Más información: <https://dialnet.unirioja.es/info/derechosOAI> | INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS STATEMENT: Full text documents hosted by Dialnet are protected by copyright and/or related rights. This digital object is accessible without charge, but its use is subject to the licensing conditions set by its authors or editors. Unless expressly stated otherwise in the licensing conditions, you are free to linking, browsing, printing and

making a copy for your own personal purposes. All other acts of reproduction and communication to the public are subject to the licensing conditions expressed by editors and authors and require consent from them. Any link to this document should be made using its official URL in Dialnet. More info: <https://dialnet.unirioja.es/info/derechosOAI>

Lengua: Spanish

Enlace a fuente de información: Dominio de las Ciencias, ISSN 2477-8818, Vol. 5, N°. 3, 2019 (Ejemplar dedicado a: Julio - Septiembre), pags. 784-802

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es