

Etapas de la prospección.



Esta unidad tiene como alcance principal, el desarrollo de diferentes procesos para clasificar los clientes y crear arquetipos de marca con buyer persona, herramienta útil para la segmentación del *target*.



Ciclo de los prospectos.





segmentación de clientes.



Arquitectos y buyer persona.

Concepto de sistemas de
información.



Los sistemas de información, se convierten en procesos estratégicos de la empresa para convertir los datos en información útil que sirva de base para el diseño de estrategias de marketing y la toma de decisiones.

Fuentes de información.

2

Métodos de recolección de
información.



Procesamiento de la información.



Protección de datos y has data



En la unidad de producto se detallan las características de los productos en relación con los beneficios que pueden comunicarse para un adecuado diseño de un portafolio que supla las necesidades de los clientes en el mercado objetivo.

concepto de producto.





Tipos de productos.

Atributos del producto.

comunicación del producto.



El diseño del portafolio de productos es una herramienta importante para que la empresa pueda llegar a más clientes de acuerdo con las líneas o categorías. El diseño del portafolio es base para la creación de un plan de *marketing*.



Target comunicacional.