RELACIÓN ENTRE LOGISTICA Y MERCADEO

KAROLL DANIELA OVIEDO CHAVARRIA

GABRIEL ERNESTO BARRAGAN

COORDINACIÓN DE PROCESOS LOGISTICOS

FICHA 2687540

MERCADEO “MARKETING”

Recordemos que marketing es una estrategia que es utilizada en todas las empresas, pues dicha estrategia se utiliza para reconocer que y a quien le vamos a vender. Esto quiere decir que en marketing reconocen un público o cliente objetivo el cual vamos a estudiar para encontrar una necesidad o problema que tienen en común los participantes de este público, esta necesidad o problema lo supliremos nosotros como empresa con nuestro producto o servicio.

RELACION ENTRE MARKETING Y LOGISTIA

Tomando en cuenta lo anterior podemos decir que la relación entre logística y marketing se presenta de barias formas:

Inicialmente estos dos conceptos se relacionaban como “entregar el producto reduciendo costos” Actualmente esta relación no es solo entregar el producto reduciendo costos, se trata de tener el producto necesario, en el lugar necesario, en el momento necesario, llamando la atención de una persona para convertirlo en un cliente, y luego crear una fidelización por parte de este cliente con nuestra empresa, generando experiencias satisfactorias.

Desde la parte logística se debe tener muy en cuenta cada eslabón de la cadena de suministro, ya que dese la parte de producción se debe conocer cuántas existencias de producto deben estar el almacén, cuántas unidades se deben producir en un día, que material se va a utilizar, que proveedor es el más adecuado, cuando debe llegar este material, cuando debe distribuirse el producto, a que lugares, en que tiempo y claramente con el menos gasto monetario posible.

Para así cumplir la estrategia de marketing planteada.

En conclusión, estos dos conceptos trabajan juntos para crear un buen trabajo de marca, pues marketing se encarga de encontrar el cliente y cómo hacer que consuma nuestro producto o servicio, indicándole a logística cuando y donde debe estar este producto o servicio para generar mayores ventas, y logística se encarga de producir un producto o servicio de calidad, cumpliendo las expectativa del cliente, y obedeciendo las estrategias de marketing (cuando y conde) y así ofrecer experiencias satisfactorias para el cliente, fidelizando al mismo.