Integrantes:

Constanza Serres

Tomas Quiroz

Tomas Moraga

Federico Silberberg

1.-Qué hace dentro de la compañía

El marketing es el área encargada de captar clientes y del estudio de los mercados en la cual una empresa esta presente una empresa. La idea de esta área es encontrar y cubrir las necesidades que exige el mercado en cuestión.   
2.- Cómo aporta valor

Agrega valor al producto a través de una imagen el cual promociona o ayuda a la venta de los productos promocionados. Esto se conoce como marketing y se usa frecuentemente en las empresas las cuales quieren llegar a un público especifico dependiendo de las edades y preferencias acerca de los productos.  
3.- Qué información le es de utilidad para   
lograr su trabajo con éxito.

La información necesaria acerca de los clientes y como pueden llegar a ellos para lograr la mayor venta acerca sus públicos, saber acerca de quienes compran los productos ayuda a lograr mayor eficiencia de ventas gracias al marketing.

Los datos mas relevantes son datos, cómo los intereses y motivaciones, los precios, la calidad buscada, los estratos socioeconómicos, etc.

Redes sociales: Estas sirven para diversas funciones, como por ejemplo promocionar un producto o servicio a través de redes que sean capaces de difundir la información de manera masiva, de esta manera se atrae a un publico potencial.

Email marketing: Es un medio de comunicación comercial para difundir información sobre un producto o servicio para atraer a futuros compradores o incentivar a los actuales clientes a mantener fidelidad con la empresa.

Publicidad en equipos tecnológicos: la publicidad presente en teléfonos, tablets y computadores ayudan a la empresa a promocionar su servicio o producto de manera personalizada. Dependen del tipo de usuario, es decir, su edad y gustos, además del lugar donde se encuentre y la hora.

Google analytics: Se encarga de revisar los resultados de la inversión de marketing a través de una página web y proporciona herramientas para conocer el recorrido de los clientes, como por ejemplo, cuánta gente visita el sitio.

Escucha social: Consiste en un proceso en el cual se evalua los necesidades del mercado mediante: Ver anuncios en la tele, redes sociales, etc. y llevar esa información para lograr mejorar nuestro marketing.

La escucha social, también conocida como social listening, es el proceso para supervisar los canales de redes sociales y buscar menciones hacia tu empresa, competidores o temas que puedan ser importantes para tu negocio.