

Guía Didáctica

MERCADEO ELECTRONICO AGROPECUARIO



COSTA RICA

Fases del Mercadeo Electrónico



Núcleo Agropecuario
**SUBSECTOR GESTIÓN DE LA
PRODUCCIÓN AGROPECUARIA**

Mercadeo electrónico

Mercadeo electrónico **es que** se da utilizando la internet.

No necesariamente se realiza por medio de una computadora.

En la actualidad se puede hacer Mercadeo Electrónico, por medio de mensajería de texto (MMS, Whatsapp, Facebook y otras redes).

Mercadeo
electrónico

Fases del Mercadeo electrónico

1. Difusión

2. Venta

3. Distribución

4. Posventa

Mercadeo electrónico

Fases del Mercadeo electrónico

1. Difusión

Se trata de posicionar a la empresa, mediante un sitio web / APP que sea atractivo y descriptivo del quehacer de la organización.

Debe ser sencillo, con muchas imágenes, que facilite al comprador, la comunicación con el productor.

Lo mejor es contratar a expertos, en la generación de estos sitios, para alcanzar un alto grado de efectividad.

Debe ser tan bueno que el comprador, con el hecho de entrar, realice un gesto de compra sin pensarlo mucho.

Mercadeo electrónico

Fases del Mercadeo electrónico

2. Venta

El 80% de la intención de compra, se da por la percepción que se tenga de la empresa, ese es el papel de la Fase 1.

EL vendedor procurará vender, experiencias y beneficios.

Las experiencias provienen de opiniones de clientes satisfechos. El productor debe de mostrar los beneficios sociales, económicos, de salud que se alcanzarían, sí se consume el producto .

Brindará la seguridad en la transacción, puede ofrecer ofreciendo varias formas de pago.

Mercadeo electrónico

Fases del Mercadeo electrónico

3. Distribución

La experiencia de compra virtual, debe ser igualmente satisfactoria en la vida real, esto se logra con una distribución acorde al producto.

Cumplir con los plazos de entrega, cantidades, calidades es fundamental, para completar la satisfacción de compra.

El productor debe de implementar la mejor cadena de distribución, los productos agropecuarios son perecederos, por lo que la entrega será rápida y con condiciones de preservación adecuadas.

Mercadeo electrónico

Fases del Mercadeo electrónico

4. Posventa

La venta no termina con la entrega del producto, en el domicilio del comprador.

Más bien, inicia la inteligencia de mercados, donde estamos pendientes de las reacciones del cliente atendido.

Un cliente satisfecho comunicará esa condición solo a tres personas, un cliente insatisfecho informará esa condición a nueve personas

El productor realizará el perfil de compra, así podrá predecir la conducta de compra y mejorar el sitio web.