

Intercambio, Transacciones y Relaciones

El marketing tiene lugar cuando la gente decide satisfacer necesidades y deseos mediante relaciones de intercambio. El intercambio es el acto de obtener de alguien un objeto deseado mediante el ofrecimiento de algo a cambio, en el sentido más amplio, el mercadólogo trata de obtener una respuesta a una oferta de mercado. La respuesta podría ser algo más que la simple compra o intercambio de bienes y servicios. Por ejemplo, un candidato político quiere votos, una iglesia quiere miembros, una orquesta quiere público, y un grupo de acción social quiere la aceptación de su idea.

El marketing consiste en acciones que se realizan para obtener y conservar las relaciones de intercambio deseadas de un público meta hacia algún producto, servicio, idea u otro objeto, además de sólo atraer nuevos clientes y aumentar sus negocios con la compañía. Los mercadólogos quieren crear relaciones sólidas al entregar de manera consistente valor superior al cliente.

Referencia:

Kotler&Armstrong (2008), Fundamentos de Marketing, Ed, Prentice Hall, Estado de Mexico