



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

División Académica De Ciencias

Económico-Administrativas



**DACEA**

División Académica  
de Ciencias Económico  
Administrativas

Asignatura:

Mercadotecnia de servicios

**“Matriz 7Ps”**

Presenta:

Melissa Mendoza Juárez

Brenda Jazmín Vidal Estrada

Josselyn Akemy Sánchez Vázquez

María del Carmen Segovia Zapata

Docente:

Minerva Camacho Javier

Carrera:

Licenciatura en Mercadotecnia

Villahermosa, Tabasco, México.

Septiembre, 2025

## Matriz 7Ps

Servicio: Cafetería “L K’ Fe”

### Objetivo de la Matriz

Organizar y justificar las decisiones de marketing de servicios alineadas con el perfil del cliente (STP), los hallazgos del CJM y los insights priorizados.

### Matriz 7Ps

P	Aspectos clave a considerar	Ejemplo aplicado al servicio	Estrategias y preguntas guía
Producto	Oferta y demanda, calidad de los productos, variabilidad del menú, experiencia del cliente.	Bebidas calientes; antojitos y postres tradicionales; ambiente acogedor para trabajo y socialización; Wifi accesible.	• ¿Qué variedades de bebidas prefieren nuestros clientes? • ¿Cómo garantizamos comodidad en su estancia? • ¿Qué otras opciones incluimos en el menú?
Precio	Estrategia de precios accesibles, combos y promociones, estrategias de promociones.	Cobro en efectivo, terminal y transferencia, café refil a \$95, tarjeta de lealtad para frappe gratis, café y frappes al 2x1, bebidas calientes con un 10% de descuento.	• ¿Cómo impacta el precio en la aplicación de las promociones? • ¿Ofreceremos ofertas diarias? • ¿Qué promociones para días demandantes?
Plaza	Ubicación estratégica, horarios, canales de comunicación y contacto.	Local en zona céntrica accesible, entregas a domicilio en zona centro, horario de 7am- 10pm, pedidos por WhatsApp.	• ¿Qué tan accesible es el local? • ¿Qué radio de entregas es rentable? • ¿Necesitamos alguna app de pedidos?

Promoción	Presencia digital, reconocimiento de la marca, eventos y promociones.	Reels creativos en Instagram, colaboraciones con influencers, eventos promocionales, publicaciones de promociones en las redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué tipo contenido atrae mayor atención?</li> <li>• ¿Cuál es la frecuencia rentable de promociones?</li> <li>• ¿Qué influencers locales son recomendables?</li> </ul>
Personas	Capacitación del personal, conocimiento del producto, actitud positiva y ética.	Personal capacitado y amable, capacitación en atención al cliente, lenguaje ético, uniforme formal e higiénico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué habilidades consideramos previamente?</li> <li>• ¿Cómo medimos las reseñas sobre el personal?</li> <li>• ¿Qué fundamentos éticos establecemos?</li> </ul>
Procesos	Registro de pedidos, tiempo de preparación, Retroalimentación de servicio.	Orden en mostrador o chat, cocina visible, tiempo de espera mínimo, buzón de quejas y sugerencias (físico y/o digital)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo optimizamos el número y tiempo de los pedidos?</li> <li>• ¿Qué automatizaciones añadir sin perder originalidad?</li> <li>• ¿Cómo aplicar las sugerencias de los clientes?</li> </ul>
Evidencia física	Señales visibles que respalden la calidad y confiabilidad del servicio, tangibles que reflejen internet disponible y actividades especiales	Internet gratuito con código QR visible, carteles y menús digitales para pedidos anticipados, ambiente cálido y cómodo (música ambiental, iluminación cálida, mobiliario cómodo, accesibilidad a enchufes).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué métricas (seguidores, comentarios, menciones, evaluaciones) usamos como evidencia física de confianza y satisfacción?</li> <li>• ¿Cómo mostramos de forma visible las recomendaciones para atraer nuevos clientes?</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"><li>• ¿Qué ambiente favorece la fidelidad?</li></ul>
--	--	--	--