

Fundamentos de Marketing



Un blog de marketing

CONTENIDO

- 1. Definición de Marketing**
- 2. El Proceso de Marketing**
- 3. Conceptos básicos de marketing**
- 4. Elementos de una estrategia de marketing**
- 5. Orientaciones del marketing**
- 6. Estrategia de creación de valor**
- 7. Tendencias y fuerzas que están cambiando el panorama del marketing**



CAPITULO 1



Un blog de marketing

Definición de Marketing



Un blog de marketing

Qué es marketing?

1. “**Marketing** es un proceso social y administrativo mediante el cual los individuos y los grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando e intercambiando valor con otros”
2. **Marketing** es la administración redituable de las relaciones con el cliente basada en
 - Atraer nuevos clientes
 - Mantener y desarrollar los clientes actuales



El proceso de Marketing

- 1. Entender el mercado y las necesidades y deseos del cliente**
- 2. Diseñar una estrategia orientada a satisfacer las necesidades y los deseos del cliente**
- 3. Elaborar un programa de marketing que entregue valor superior**
- 4. Establecer relaciones redituables y lograr la fidelización del cliente**
- 5. Captar valor de los clientes, y obtener utilidades y calidad para el cliente**



Conceptos básicos de Marketing



Un blog de marketing

Conceptos Fundamentales

Necesidades, deseos, y demandas

Ofertas de marketing: incluyen productos, servicios y experiencias

Valor y satisfacción

Intercambio, transacciones, y relaciones

Mercados

Necesidad

Estados de carencia percibida
Ejemplo: Tener Sed

Deseos

Formas que adquiere una necesidad moldeada por la cultura y la personalidad del individuo

Ejemplo: Deseo consumir agua

Demandas

Deseos respaldados por el poder de compra

Ejemplo: Consumir agua del grifo o agua embotellada



Conceptos Fundamentales

Necesidades, deseos, y demandas

Ofertas de marketing: incluyen productos, servicios y experiencias

Valor y satisfacción

Intercambio, transacciones, y relaciones

Mercados

Ofertas de Marketing

Combinación de productos o servicios que se ofrece a un mercado para satisfacer una necesidad o un deseo



Conceptos Fundamentales

Necesidades, deseos, y demandas

Ofertas de marketing: incluyen productos, servicios y experiencias

Valor y satisfacción

Intercambio, transacciones, y relaciones

Mercados

Valor

Los clientes de forman expectativas relacionadas al valor del producto. Valor es aquello que el cliente espera recibir a cambio de lo que ha pagado.

Satisfacción

Un cliente satisfecho repite la compra

Un cliente satisfecho comparte sus experiencias a otros



Conceptos Fundamentales

Necesidades, deseos, y demandas

Ofertas de marketing: incluyen productos, servicios y experiencias

Valor y satisfacción

Intercambio, transacciones, y relaciones

Mercados

Intercambio

Acto de obtener de alguien algo, ofreciendo algo a cambio, generalmente es dinero.

El objetivo de marketing no es obtener intercambios, sino mantener relaciones de intercambios.

Las relaciones se crean al entregar el valor y satisfacción requeridas por el cliente.



Conceptos Fundamentales

Necesidades, deseos, y demandas

Ofertas de marketing: incluyen productos, servicios y experiencias

Valor y satisfacción

Intercambio, transacciones, y relaciones

Mercados

Mercado

Conjunto de compradores reales y potenciales de un producto o servicio.



Estrategias de Marketing



Un blog de marketing

Qué es una Estrategia de Marketing

Las **estrategias** de marketing son procesos o acciones que se realizan para alcanzar objetivos determinados.

Los **objetivos** se dividen generalmente en:

1. **Objetivos globales**
2. **Objetivos de Marketing**
3. **Objetivos de Ventas**

La ejecución de las estrategias se conoce con el nombre de **tácticas**.



OBJETIVO GLOBAL

OBJETIVO MARKETING

ESTRATEGIAS

TACTICAS

**El concepto
de
Road Map**



Un blog de marketing

Orientaciones y Conceptos Evolutivos del Marketing



Un blog de marketing

Focalización en Producto



Un blog de marketing

Focalización en Producción



Focalización en Ventas



Focalización en Marketing



Estrategia de creación de Valor



Un blog de marketing

Cómo podemos aportar valor?



Un blog de marketing

EJEMPLOS

Soda Stream, es una empresa que ofrece una máquina para crear refrescos carbonatados en tu propia casa. Frente a la propuesta de valor de Pepsi o de Coca Cola, Soda Stream fundamenta el **aporte de valor** de su producto en los siguientes puntos.

- Tu fábrica de refrescos en casa
- Ecológico y respetuoso con el medio ambiente (dicen que ahorras 2.000 botellas/año)
- Fácil y divertido de usar. Cualquier miembro de la familia lo puede hacer. También para los niños. Con esas botellas adaptadas a ellos, con colores vistosos.

Han buscado diferenciarse del resto de bebidas creando una marca con una oferta de valor diferente al resto de fabricantes de refrescos.

sodastream



The screenshot shows the SodaStream website homepage. At the top, there is a navigation bar with links for 'Home', '¿Quiénes somos?', 'Como funciona', 'Productos', 'Ecológico', 'Puntos de Venta', and 'Comprar on-line'. The main header 'sodastream' is in a large, green, lowercase font with the tagline 'your home soda factory' underneath. Below the header, there is a large image of a family (a man, a woman, and two children) using the SodaStream machine to make soda. To the right of this image, there are two sections: 'Pure Gold Edición Limitada Oro' (featuring a black and gold machine and bottles) and 'Karim edition' (featuring a white machine and bottles). At the bottom of the page, there are four circular icons with text: '¿Quiénes somos?' (blue background), 'Como funciona' (green background), 'Productos' (orange background), and 'Ecológico' (green background). Below these icons, there is a call-to-action button with the text 'Aprende qué fácil y divertido es usar sodastream.' and 'click aquí para ver el video »'.



Un blog de marketing



La propuesta de valor de Starbucks se basa en crear una experiencia en torno al consumo de café, e integrarlo en la vida diaria de sus clientes. Los 3 factores fundamentales, de su propuesta de valor, que han sido los pilares de su estrategia empresarial y de marketing son:

El café: Controlan la mayor parte de la cadena de suministro: cultivo, tostado y distribución.

El servicio: Trato personalizado e intimidad con el cliente.

El ambiente: Locales acogedores, ambiente informal, tranquilo, con música suave y wifi.

En resumen, la propuesta de valor de Starbucks es crear una experiencia alrededor del consumo del café y así han logrado transmitirla para convertirse en referentes en su sector.



EJEMPLOS

El valor que aporta a sus clientes, la conocida red para compartir fotos y vídeos, queda perfectamente definida en su web. En un párrafo corto, con una imagen representativa de la aplicación, consiguen transmitir todo el valor que aporta su aplicación a los usuarios. Sin duda, un claro ejemplo de cómo transmitir el beneficio que aporta tu empresa de una manera muy clara.



The image shows a screenshot of the Instagram website. At the top, there is a dark blue header with the Instagram logo and a 'Entrar' (Log in) button. Below the header, a large white box contains the text: 'Captura y comparte momentos con gente de todo el mundo'. Underneath this, there is a paragraph about Instagram being a quick, fun, and easy way to share life with friends and family. It also describes how users can take a photo or video, choose a filter, and post it to Instagram, which can then be shared on Facebook, Twitter, and Tumblr. A note at the bottom states that it's free. At the bottom of the white box, there are two download links: 'Consigue en el App Store' and 'DISPONIBLE EN Google play'. At the very bottom of the page, there is a footer with links for 'INFORMACIÓN', 'ASISTENCIA', 'BLOG', 'PRENSA', 'API', 'EMPLEO', 'PRIVACIDAD', 'CONDICIONES', and the year '© 2015 INSTAGRAM'.



Un blog de marketing

Tendencias del Marketing



Un blog de marketing

Marketing Omnicanal y Multiformato



Un blog de marketing



Redes Sociales

Videos cortos y personalizados

Livestreaming

Mensajería Instantánea

Automatización de procesos



Un blog de marketing



Asignaciones

CAPITULO 1

1. **El concepto de crear y mantener relaciones redituables con los clientes es la clave para una estrategia de marketing exitosa. Como asignación para este capítulo está la lectura de cómo del Hotel Ritz Carlton realiza este proceso de entender al cliente, aportar valor y lograr una fidelización duradera. (Para acceder a la lectura haz click en el enlace indicado)**
2. **Elabore un documento que incluya al menos tres empresas locales y describa cuáles son las propuestas de valor para el consumidor.**



Un blog de marketing



Un blog de marketing

Acceso
A Libro



Un blog de marketing

Acceso a
Caso de estudio



Un blog de marketing

Entrega de
Documentos



Un blog de marketing

Acceso al
Post

FIN

CAPITULO 1



Un blog de marketing