

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



Un blog de marketing

Definición 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 reductible 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**





Un blog de marketing

Conceptos básicos 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.





Un blog de marketing

Estrategias 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**.



**El concepto
de
Road Map**

OBJETIVO GLOBAL

OBJETIVO MARKETING

ESTRATEGIAS

TACTICAS



Orientaciones y Conceptos Evolutivos del Marketing



Un blog de marketing

Focalización en Producto



Focalización en Producción



Focalización en Ventas



Focalización en Marketing



Estrategia de creación de Valor



Un blog de marketing

Cómo podemos aportar valor?

CREANDO
AHORRO
EN
COSTOS

CREANDO
AHORRO
EN
TIEMPO



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



EJEMPLOS



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.



Tendencias del Marketing

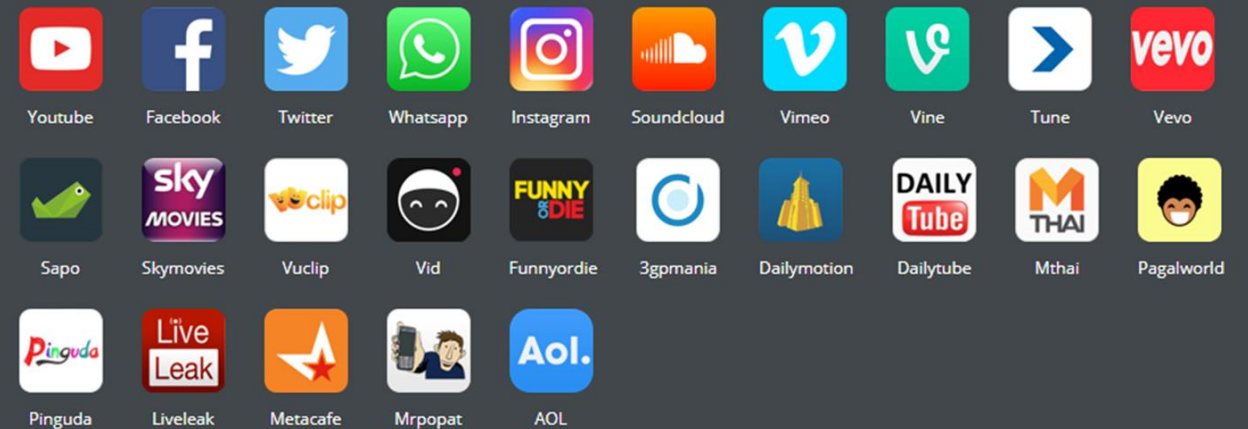


Un blog de marketing

Marketing Omnicanal y Multiformato



Sitios de soporte



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