

CAPITULO 2



Un blog de marketing



Un blog de marketing

El portafolio de productos

CONTENIDO

El producto como unidad de negocio

Productos como unidades de negocio (UDN) son las variedades ofrecidas dentro de una línea de producto, y generalmente son similares entre sí. Estos productos tienen en común la calidad, el color, tamaño, precio, modelo, desempeño, etc.



Ejemplo de líneas de producto

CONTENIDO



Importancia de las líneas de producto



Un blog de marketing

Líneas de producto

Importancia de las líneas de producto

- ◆ Diversifican el riesgo
- ◆ Ayudan a capitalizar la reputación de marca

Importancia de la profundidad en las líneas de producto

- ◆ Atraen compradores con preferencias diversas
- ◆ Incrementan las ventas/ganancias debido a la segmentación especializada
- ◆ Ayudan a capitalizar economías de escala
- ◆ Ayudan a nivelar los patrones de consumo estacionales



Línea de producto Gillete

Amplitud de la mezcla de productos

Amplitud y
profundidad

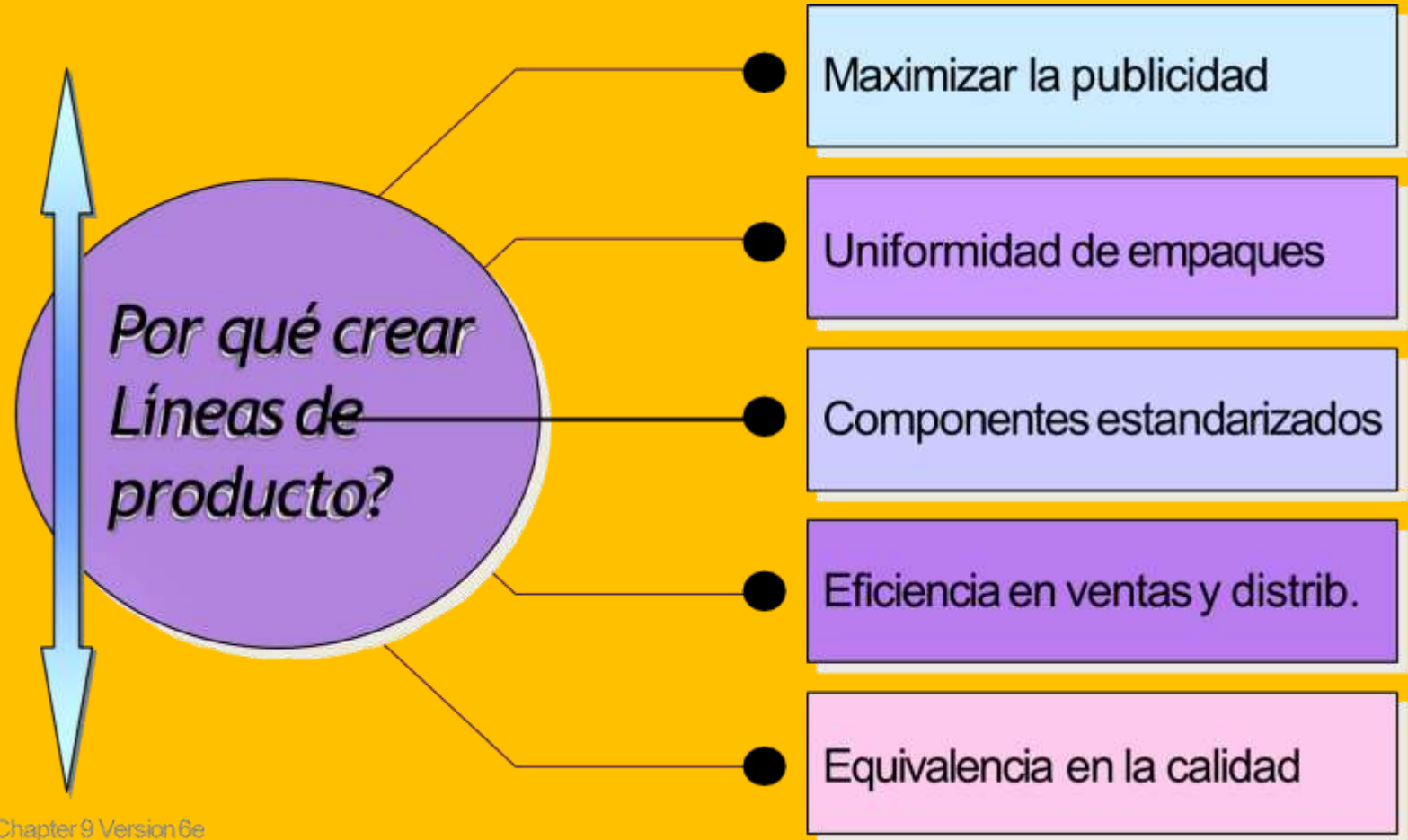
Profundidad de la línea de productos

Navajas y rasuradora s	Higiene	Categoría de escritura	Encendedores
Mach 3 Sensor Trac II Atra Swivel Double-Edge Lady Gillette Super Speed Twin Injector Techmatic Brush Plus	Series Adorn Toni Right Guard Silkience Soft and Dri Foamy Dry Look Dry Idea	Paper Mate Flair	Cricket S.T. Dupont



Beneficios

Beneficios de Líneas de producto



Chapter 9 Version 6e



Un blog de marketing

Administración estratégica de productos



Un blog de marketing

Estrategias de producto

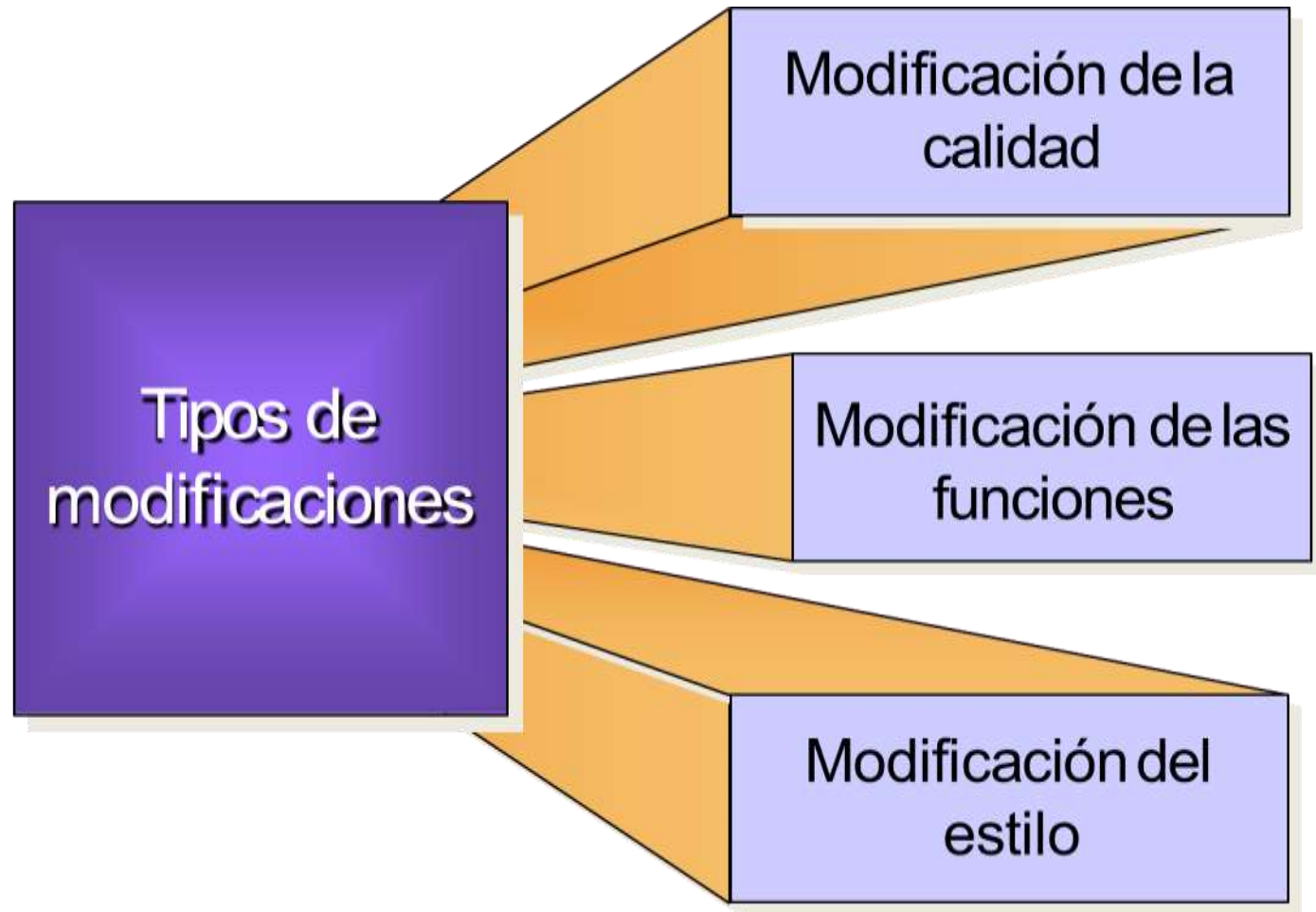
Los gerentes de mercadeo deben realizar constantes ajustes para mantener el producto competitivo y garantizar el nivel de satisfacción del consumidor.

Estrategias De Producto



Estrategias de Modificación

**Estrategias de
Producto**

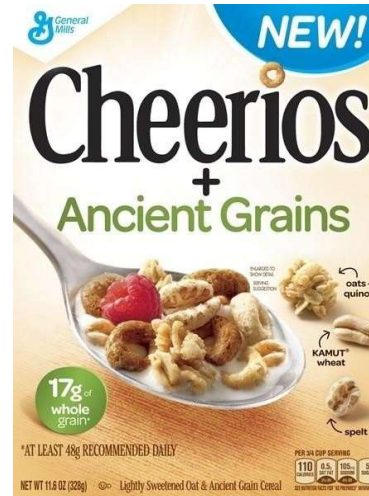


Ejemplos de modificación

Nuevo
empaquetado



Nuevos
ingredientes



Nuevos
atributos



Productos
integrados



Ejemplos de modificación

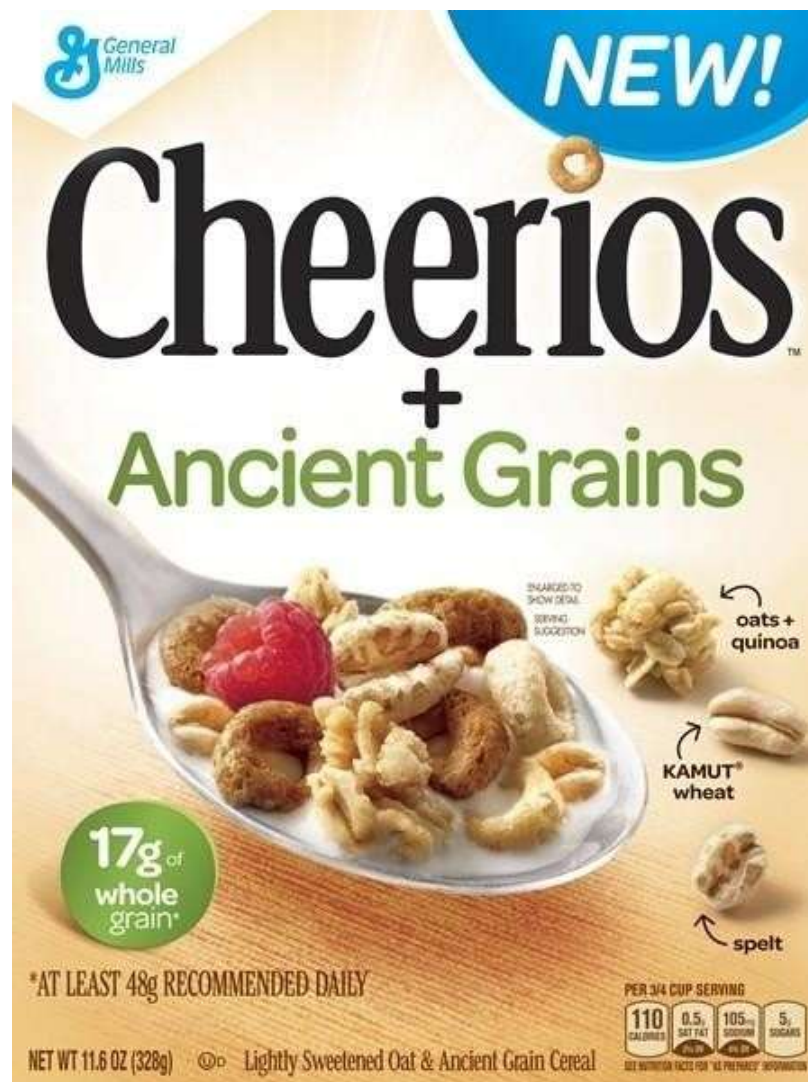
Nuevo empaque



Un blog de marketing

Ejemplos de modificación

Nuevos
ingredientes



Un blog de marketing

Ejemplos de modificación

Nuevos atributos

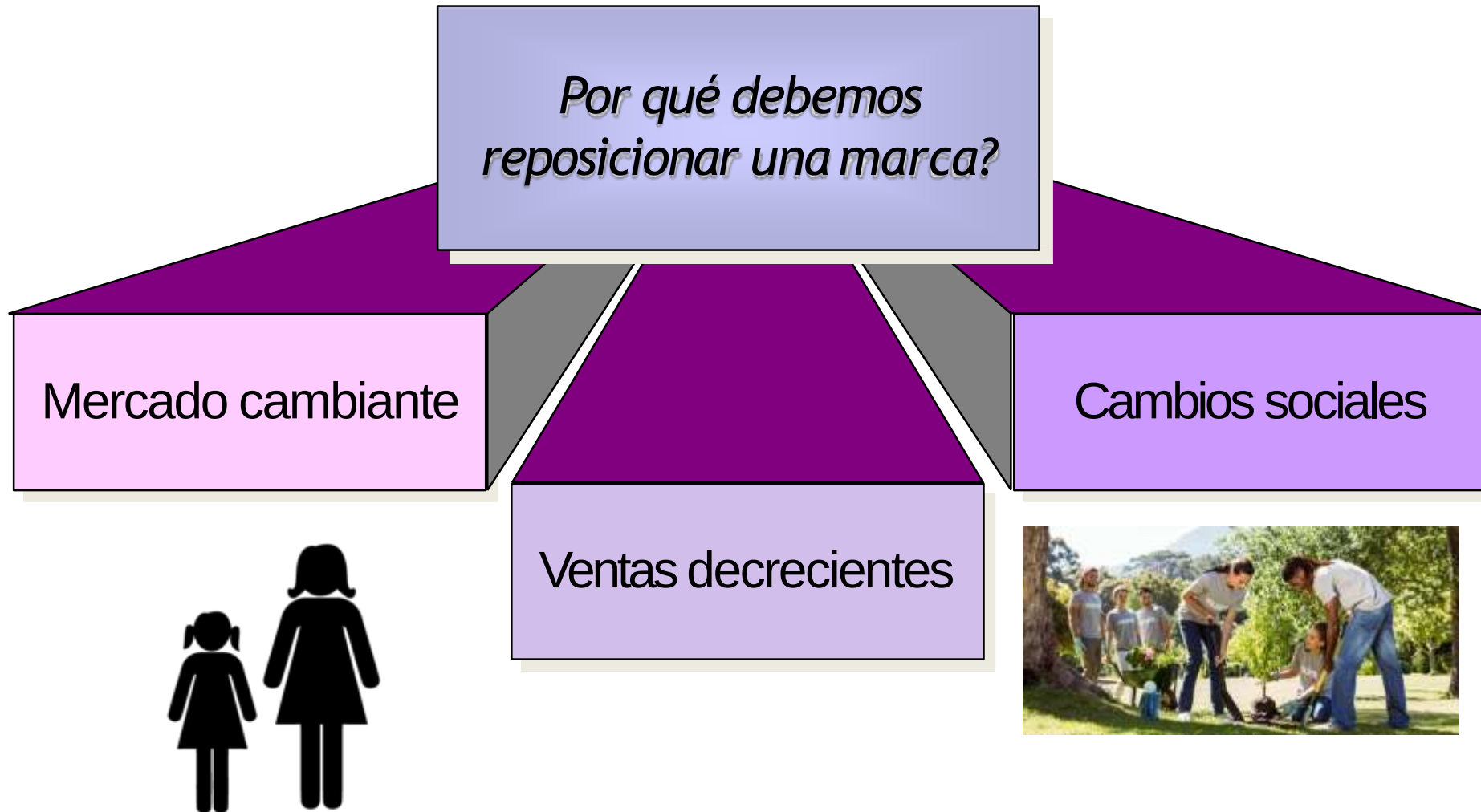


Reposicionamiento



Un blog de marketing

Reposicionamiento



Ejemplos de Re-posicionamiento



Ejemplos de Re-posicionamiento



Ejemplos de Re-posicionamiento

old



new



Extender o contraer una línea de productos?

Síntomas de una línea de producto con demasiados artículos

- ◆ Algunos productos tienen ventas bajas o canibalizan ventas de otros productos.
- ◆ Las inversiones en publicidad para generar ventas no van en proporción con las ventas obtenidas.
- ◆ Los productos se han vuelto obsoletos debido a la entrada de nuevos productos.



Ejemplos de ampliación de línea



Ejemplos de ampliación de línea



Ejemplos de ampliación de línea



El principio de obsolescencia planeada



Un blog de marketing

Obsolescencia planeada



Es la práctica de modificar productos de forma tal que aquellos que han sido vendidos anteriormente se conviertan en obsoletos y necesiten ser reemplazados.



Importancia del branding en Mercadeo



Un blog de marketing

Qué es una marca?

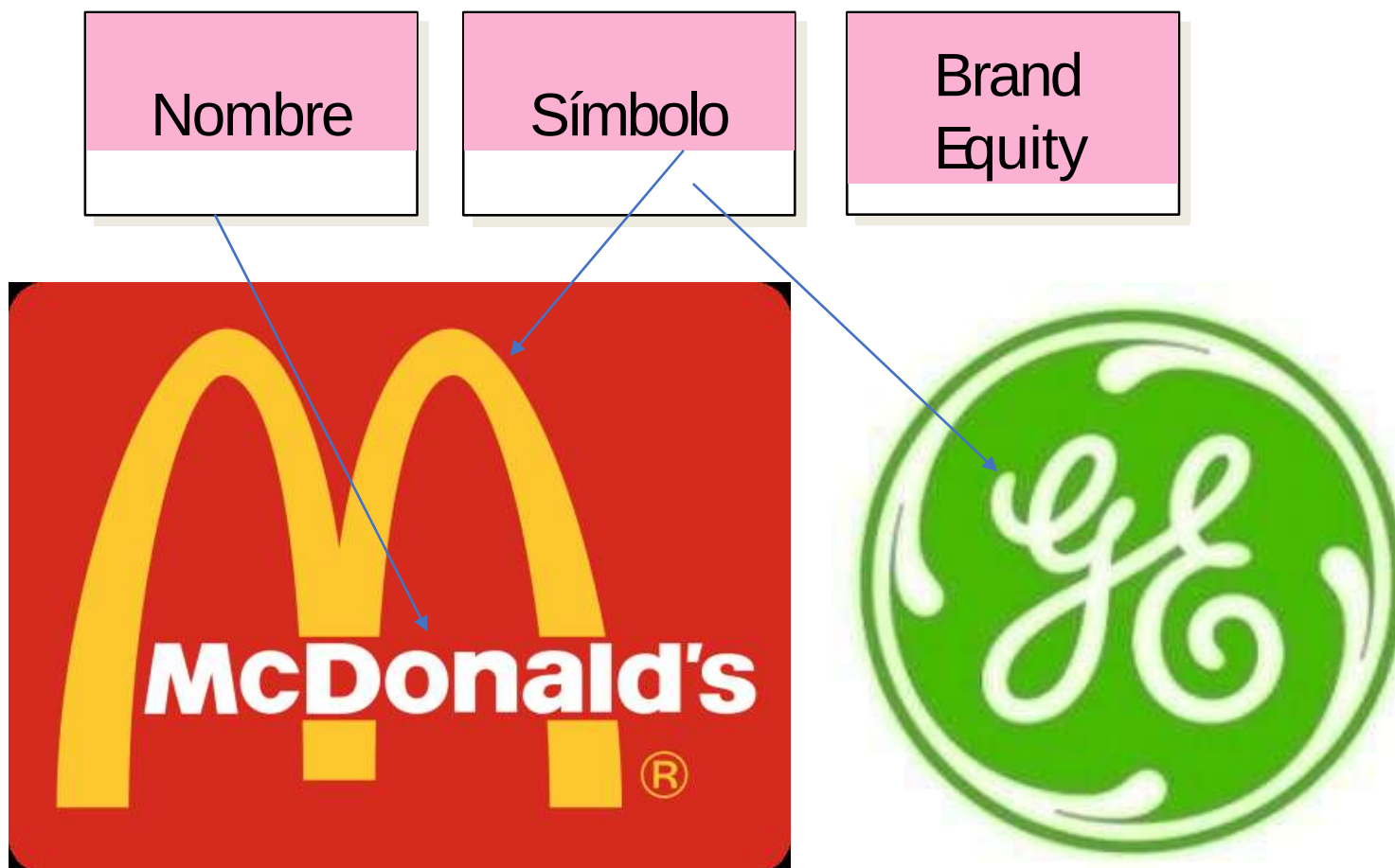
Un nombre, término, símbolo, o diseño, o combinación de todos estos elementos, que identifica a los productos de un fabricante y los diferencia de sus competidores.

Nombre	Es la parte de la marca que puede pronunciarse, incluyendo letras, palabras, etc.
Símbolo	Son los elementos de la marca que no pueden pronunciarse pero proveen significado implícito.
Brand Equity	Es el valor de la compañía o las marcas.
Master Brand	Es una marca muy dominante que viene a la mente del consumidor tan solo con mencionar su categoría.



Qué es una marca?

Un nombre, término, símbolo, o diseño, o combinación de todos estos elementos, que identifica a los productos de un fabricante y los diferencia de sus competidores.



Beneficios de crear marcas



Un efectivo nombre de marca ...

- ◆ Es fácil de pronunciar
- ◆ Es fácil de reconocer y recordar
- ◆ Es corto, distintivo, único
- ◆ Describe el producto, usos, o beneficios
- ◆ Tiene una connotación positiva
- ◆ Refuerza la imagen del producto
- ◆ Debe protegerse legalmente



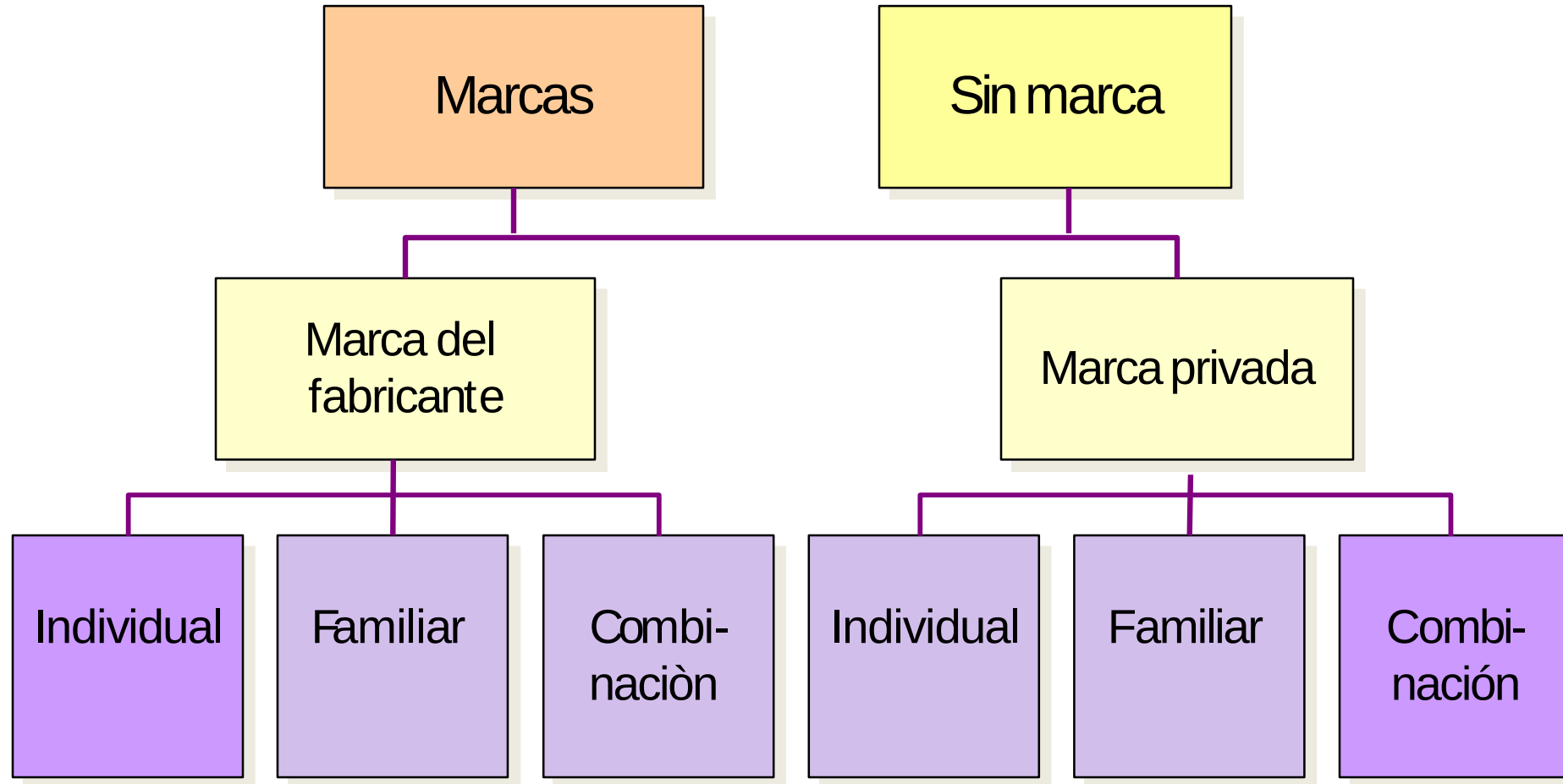
Qué es una marca genérica?



Una marca sin nombre distintivo, que se usa en productos de bajo costo y generalmente va ligado a resaltar la categoría en la que participa



Estrategias de marca



Marca del fabricante o privada?

Marca del fabricante	Utilizan la marca del fabricante y pueden llevar una sub marca.
Marcas privadas	Son marcas creadas por tiendas o mayoristas para competir en el mercado.



Ventajas de las marcas de fabricante

- Generan lealtad del consumidor
- Atraen a nuevos consumidores (amplia distribución)
- Van desarrollando prestigio propio
- Generalmente rotan más que las marcas privadas
- Aseguran la lealtad del mayorista o detallista

Ventajas de las marcas privadas

- Generan mayores ganancias
- Son más permisibles a bajar precios
- Son útiles cuando el fabricante retira alguna marca del mercado
- Tienen su propio control de distribución



Marcas Individuales o Familias?

Marca individual	Consiste en utilizar diferentes nombres para diferentes productos.
Familia de marcas	Se hace el mercadeo de varios productos bajo un solo nombre de marca.



Ejemplos

Marcas Individuales o Familias?



Ejemplos

Marcas Individuales o Familias?



Co-Branding (Mercadeo compartido)



FIN

CAPITULO 2



Un blog de marketing