

# Marketing Estratégico

*Factores relevantes a considerar para la elaboración de una estrategia de marketing*



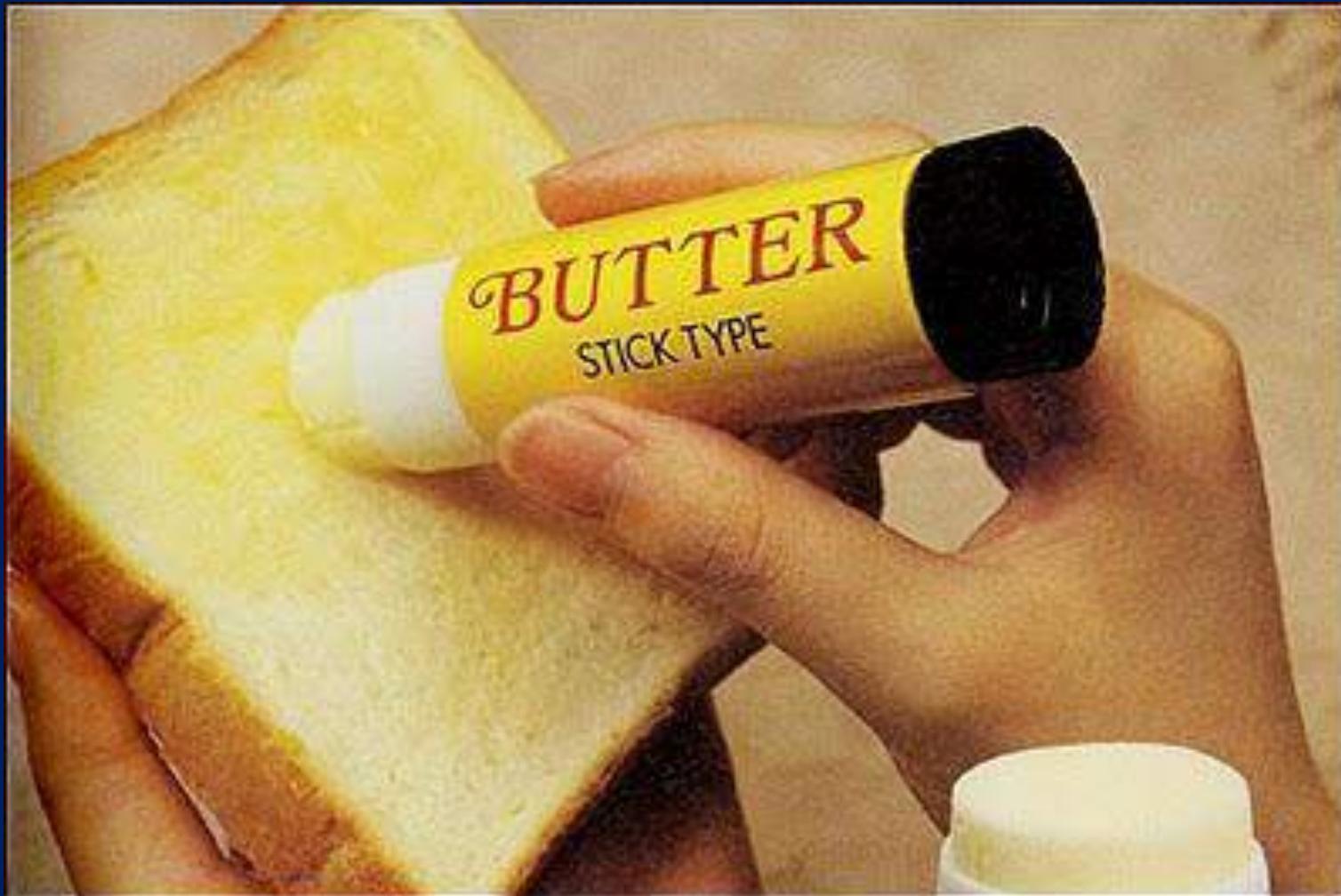




*Producto      Diseño      Ciclo de vida      Funcionalidad      Líneas de producto*



Un blog de marketing



Producto    Diseño    Ciclo de vida    Funcionalidad    Líneas de producto



Un blog de marketing



*Producto      Diseño      Ciclo de vida      Funcionalidad      Líneas de producto*



Un blog de marketing



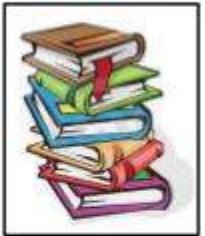
Producto    Diseño    Ciclo de vida    Funcionalidad    Líneas de producto



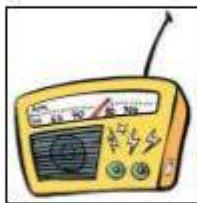
Un blog de marketing

# Tipos de Medios Masivos

LIBRO



RADIO



TELEVISIÓN



INTERNET



PUBLICIDAD



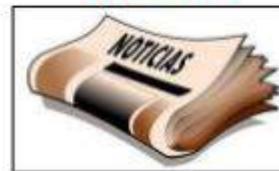
CÓMIC



CINE



PERIÓDICO



*Promoción Medios*



Un blog de marketing

*Valor  
Real*

*Valor  
Percibido*

*Valor  
de Uso*

*Precio*



Plaza



Evidencia  
física



# EL CONSUMIDOR



# Nuevo paradigma del consumidor digital



Está informado



Quiere ser escuchado  
(com. doble vía)



Está siempre conectado



Es poderoso



Busca contenido relevante



Crea contenido



Es impaciente



Espera honestidad y transparencia



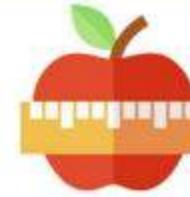
# Los 4 rasgos del nuevo consumidor



**Protagonismo de nuevos grupos de consumidores**



**Preocupación por la salud**



**No al desperdicio de alimentos**



**Compra online y conveniencia**



# Otros elementos a considerar en la mezcla de mercadeo



# Tipos de segmentación del mercado



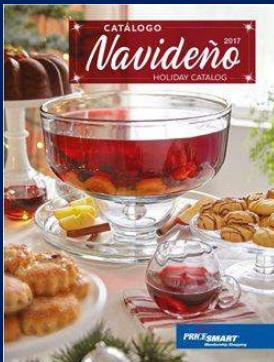
# Tipos de segmentación del mercado



# Ejemplos de segmentación del mercado

Segmentación  
Conductual

Por la ocasión  
que genera la  
compra



Por la  
situación del  
usuario



Por la  
frecuencia de  
uso



Por lealtad



# Ejemplos de segmentación del mercado



# Ejemplos de segmentación del mercado

Segmentación  
Psicográfica  
o de Estilo de Vida

Estilo de vida

Rasgos de  
personalidad

Clase  
social/económica



PORTAFOLIO



Un blog de marketing

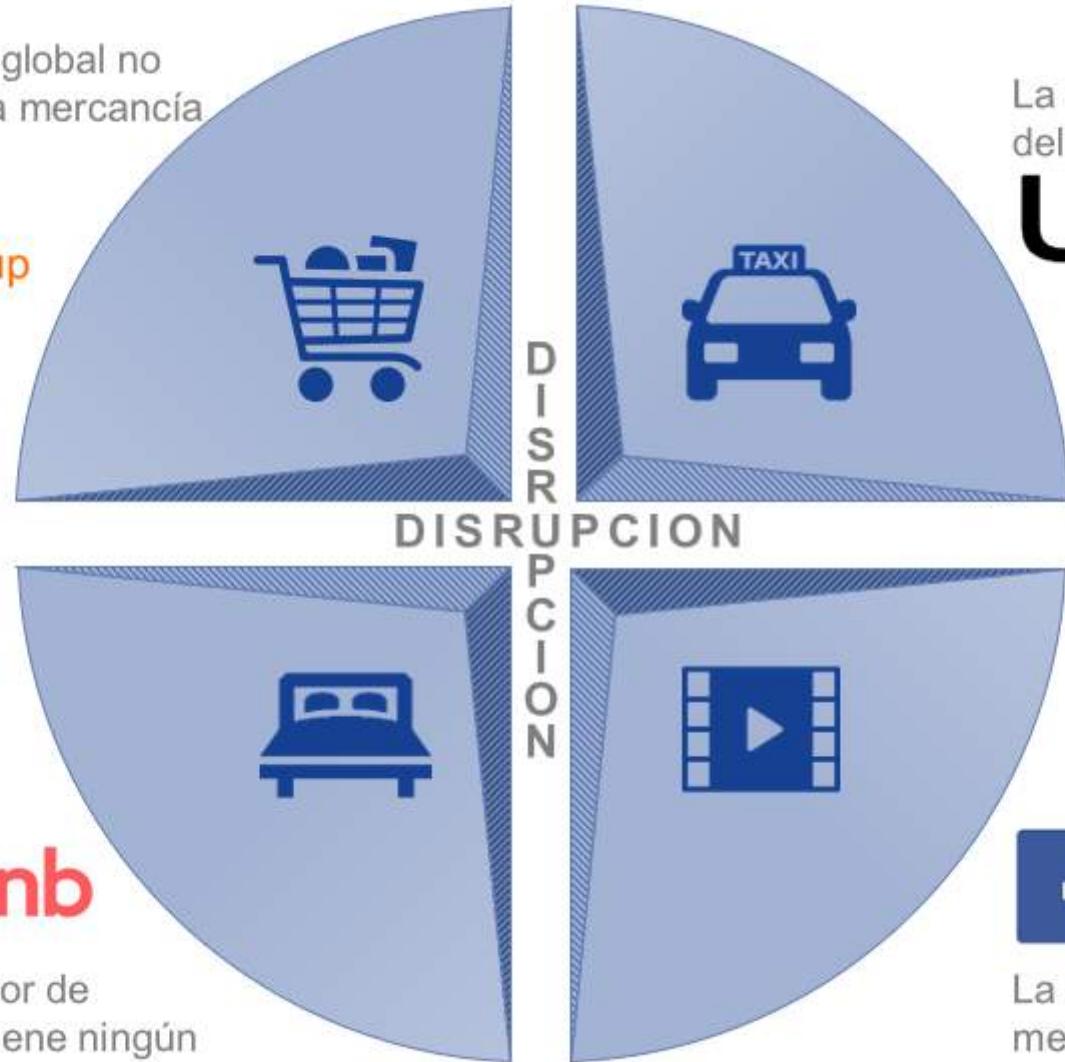
# El proceso de creación de valor



Fuente: Amit y Zott (2001)



El mayor minorista global no dispone de ninguna mercancía



El mayor proveedor de pernoctación no tiene ningún inmueble

La empresa de taxis más grande del mundo no tiene ningún coche

**UBER**



La empresa más grande de medios no genera ningún contenido

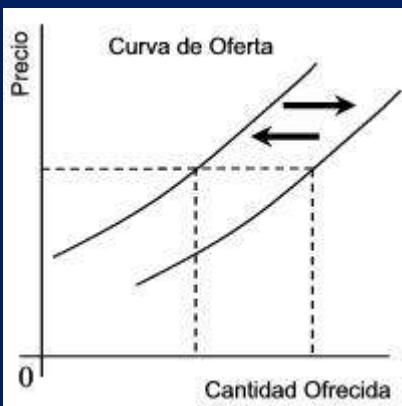
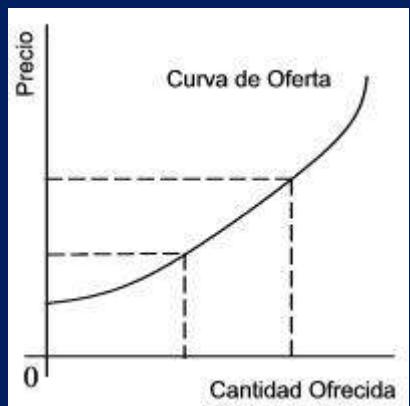


# Fuerzas que afectan la mezcla de mercadeo

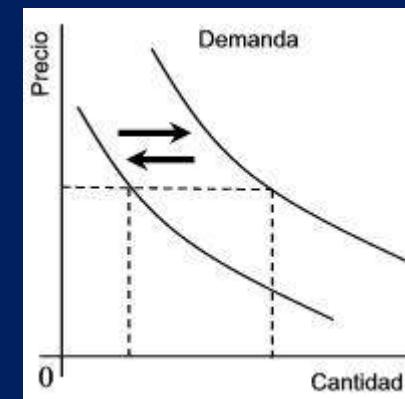
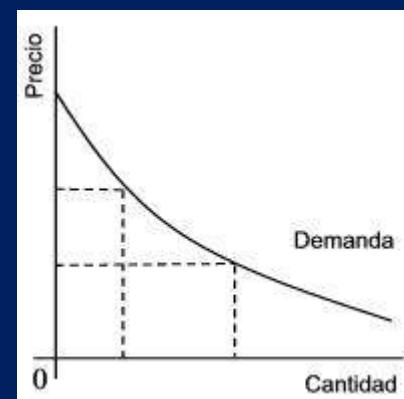


# Ley de la oferta y la demanda

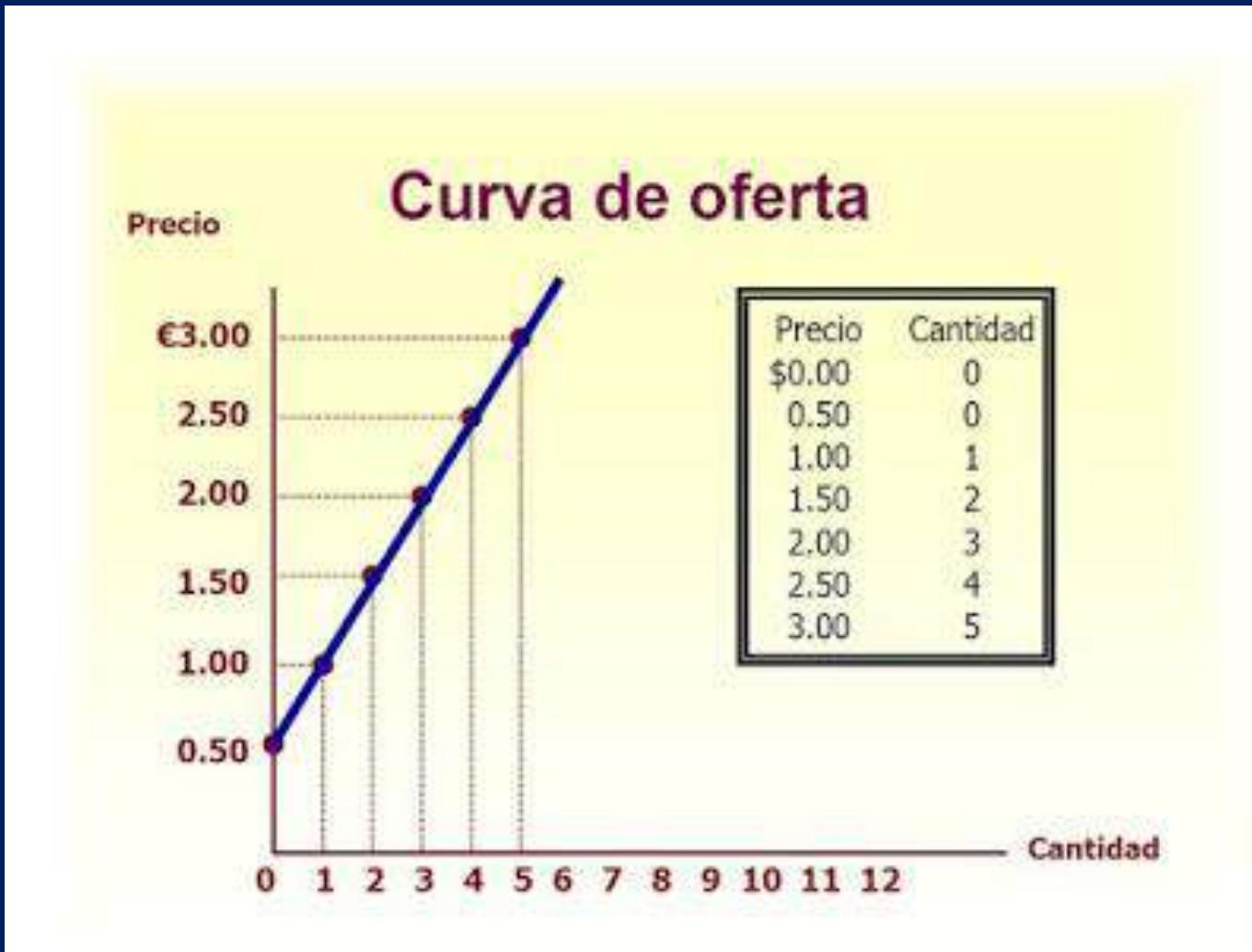
OFERTA



DEMANDA

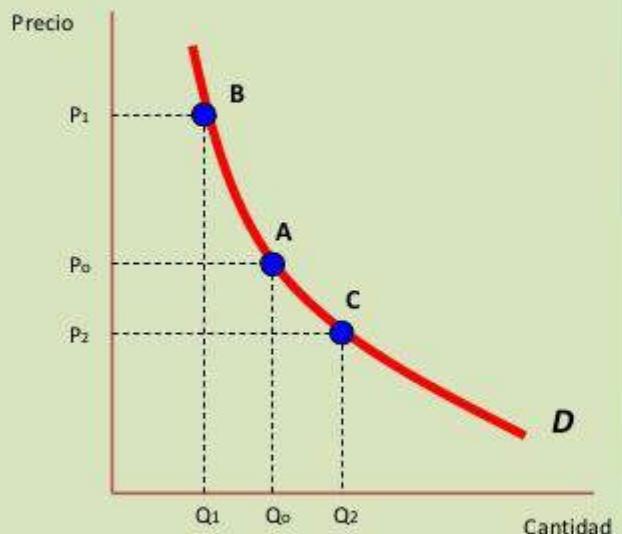


# Fuerzas que afectan la mezcla de mercadeo



# Fuerzas que afectan la mezcla de mercadeo

## La curva de demanda



- Una **curva de demanda** refleja la relación entre las cantidades demandadas de un bien x con su precio.



# Ley de la oferta y la demanda

DEMANDA



Demanda elástica: La demanda es elástica cuando ante una variación del precio, la variación en la cantidad demandada es (en porcentaje) mayor que la del precio.



Azúcar



Demanda inelástica: La demanda es inelástica, cuando ante una variación del precio, la variación en la cantidad demandada (en porcentaje) es menor que la del precio.



DEMANDA ELASTICA



# Ejemplos



Sustitución



Sustitución



# La Mezcla de Mercadeo

FIN



Un blog de marketing



Un blog de marketing