

Marketing Estratégico

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



The 7Ps Marketing Mix

Product

Promotion

Price

Place

People

Process

Physical
evidence

Producto Promoción Precio Plaza Personas Procesos Evidencia física

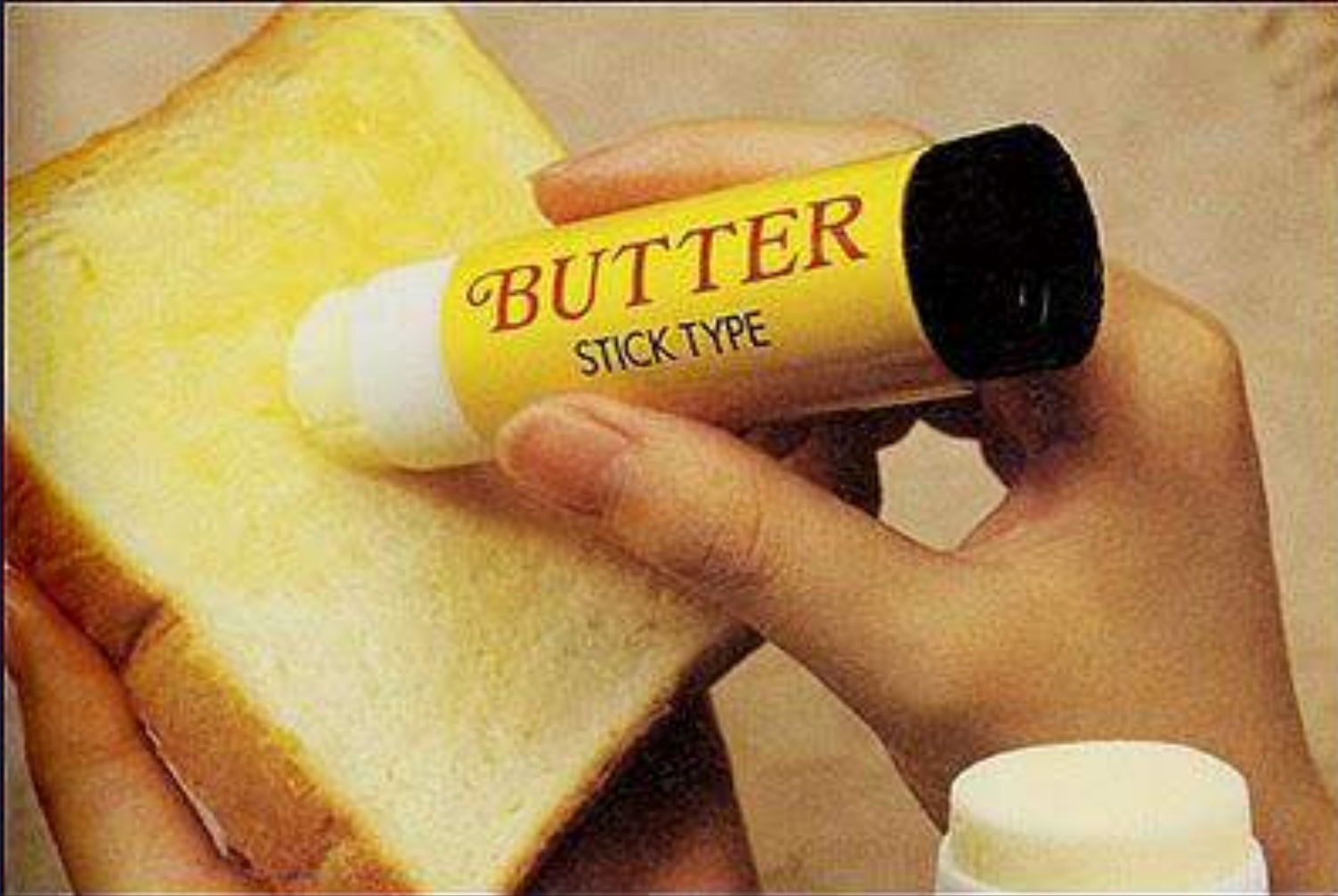




Producto Diseño Ciclo de vida Funcionalidad Líneas de producto



Un blog de marketing



Producto Diseño Ciclo de vida Funcionalidad Líneas de producto





Producto Diseño Ciclo de vida Funcionalidad Líneas de producto





Producto Diseño Ciclo de vida Funcionalidad Líneas de producto



Tipos de Medios Masivos

LIBRO



RADIO



TELEVISIÓN



INTERNET



PUBLICIDAD



CÓMIC



CINE



PERIÓDICO



Promoción Medios



*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



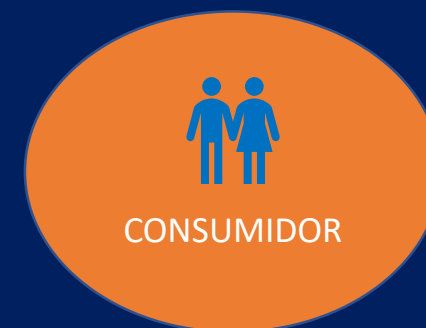
Compra online y conveniencia



Otros elementos a considerar en la mezcla de mercadeo



Tipos de segmentación del mercado



Tipos de segmentación del mercado

Segmentación Conductual

Por la ocasión que genera la compra

Fin de año

Día de la madre

Carnavales

Por la situación del usuario

No usuario

Potencial

Primerizo

Habitual

Ex usuario

Por la frecuencia de uso

Ocasionales

Medios

Intensivos

Por lealtad

Incondicionales

Divididos

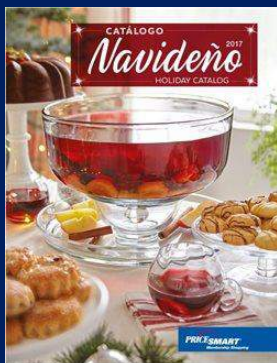
Cambiantes



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



NUEVOS
SEGUROS
para Socios PriceSmart

¡La mejor forma de
ahorrar y estar protegido!

¡INFÓRMESE AQUÍ



Un blog de marketing

Ejemplos de segmentación del mercado

Segmentación Psicográfica o de Estilo de Vida



Ejemplos de segmentación del mercado

Segmentación
Psicográfica
o de Estilo de Vida

Estilo de vida

Rasgos de
personalidad

Clase
social/económica

Discovery
NETWORKS™

P
O
R
T
A
F
O
L
I
O

ID
INVESTIGATION
DISCOVERY

Discovery
turbo

Discovery
CHANNEL

h&h
Discovery

ANIMAL
PLANET

Discovery
Civilization

DK
discovery k!ds™

TLC

SC^{HD}
Discovery
science

THEATER
DiscoveryHD



El proceso de creación de valor



Fuente: Amit y Zott (2001)



El mayor minorista global no
dispone de ninguna mercancía



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

UBER

DISRU
PCION



El mayor proveedor de
pernoctación no tiene ningún
inmueble



La empresa más grande de
medios no genera ningún
contenido

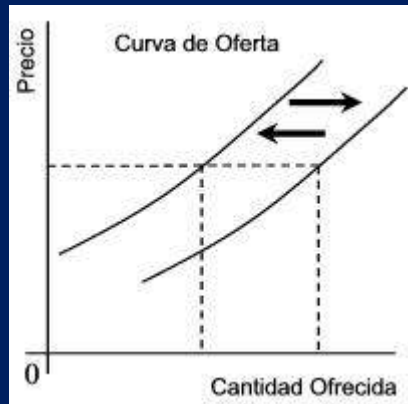
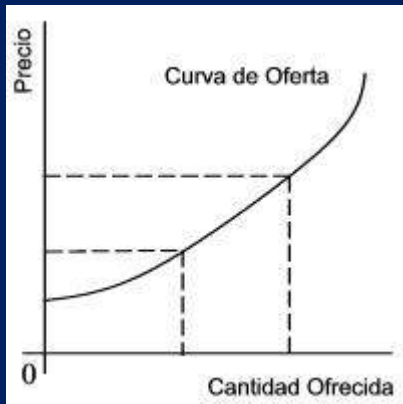
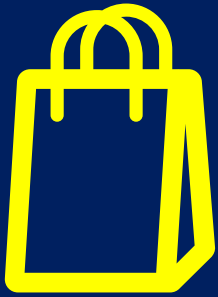


Fuerzas que afectan la mezcla de mercadeo

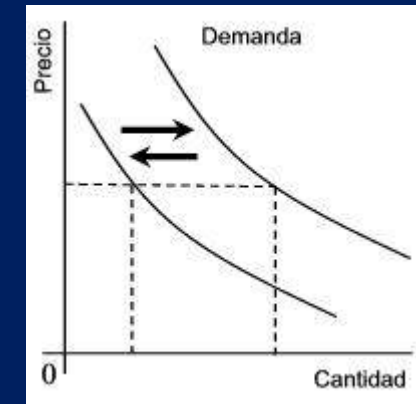
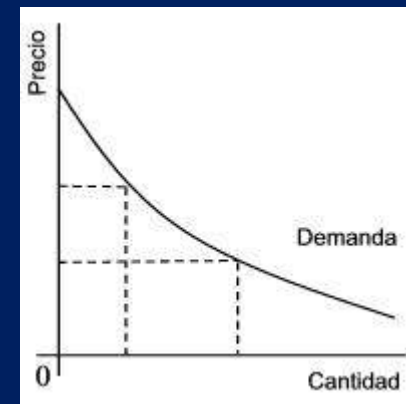


Ley de la oferta y la demanda

OFERTA



DEMANDA

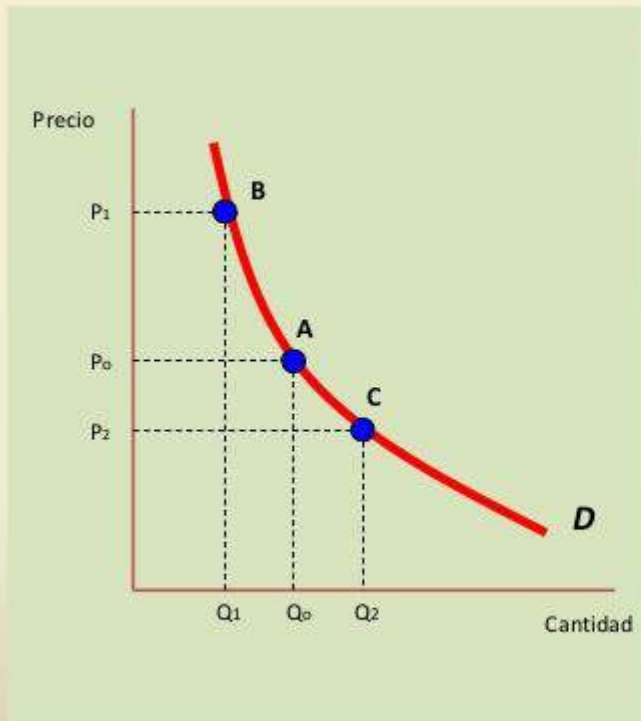


Fuerzas que afectan la mezcla de mercadeo



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.



COMPRADOR



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.

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.





Ejemplos



Sustitución



Precio

Demanda



Sustitución



La Mezcla de Mercadeo

FIN



Un blog de marketing



Un blog de marketing