

Matriz de Ansoff

MODALIDAD DE CRECIMIENTO



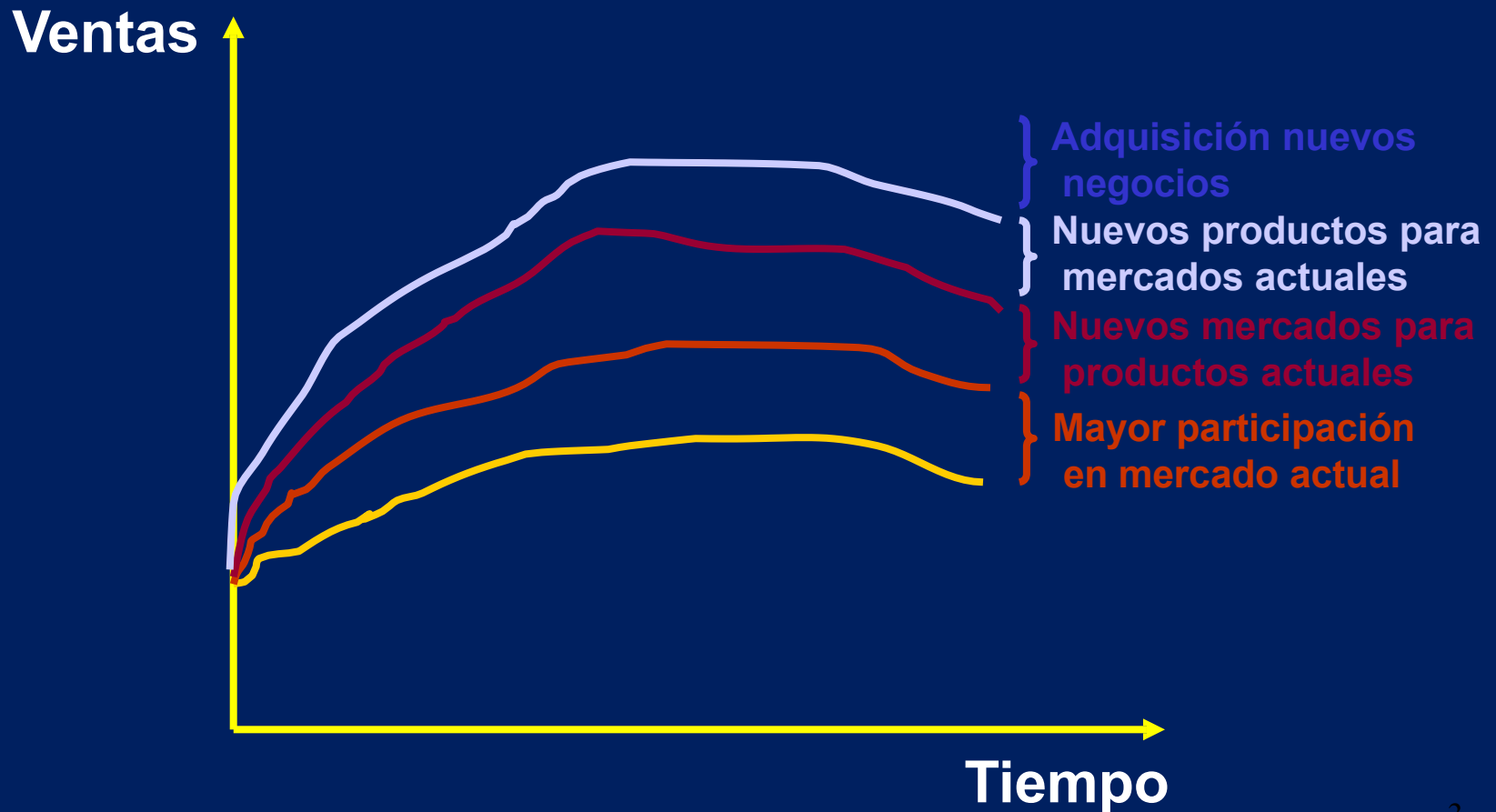
GENERALIDADES SOBRE CRECIMIENTO

¿Cómo aparecen los mercados?



GENERALIDADES SOBRE CRECIMIENTO

Descubrir nuevas oportunidades para crecer



PENETRACIÓN DE MERCADO

Matriz producto-mercado de Igor Ansoff

	Mercados actuales	Mercados nuevos
Productos actuales	Penetración de mercado	<i>Desarrollo de mercado</i>
Productos nuevos	<i>Desarrollo de producto</i>	<i>Diversificación</i>

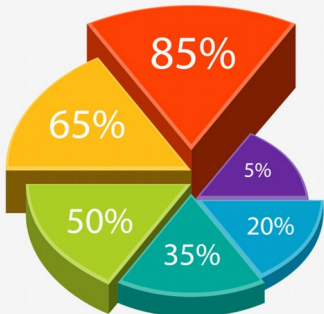
PENETRACIÓN DE MERCADO

Busca incrementar la participación de mercado

Aumentar frecuencia de compra, o cantidad que compra por vez o ambas

Atraer clientes de la competencia

Convencer a los que usan sustitutos



Paisanitos®

Recuerda por cada \$6.00
de consumo en **Don Lee's**
recibes un Paisanito III
pégalo en los porta dólares
y canjelos por ricas delicias
de la cocina china.



Consulta tus Puntos

SUBWAY
Subcard



SIENTE EL SABOR™



Charricas
¡Si saben ricos!

Compra unas **Charricas** y llévate **GRATIS** 35 gr. más de sabor*

Con Calidad
¡Si saben ricos!

Tortillas de maíz tostadas y saladas
Fried tortilla chips with salt

MINIBOTANERAS

ADAROVOS
MONTERREY
SA DE CV

*Naturales o enchiladas.

¡SOMOS TAN BUENOS
QUE TE DAMOS
**MÁS PRODUCTO
GRATIS!**

San Marcos
RAJAS
DE CHILIS SALADOS
(7.5 OZ. NET WT.)

Si encuentras un producto
con precio más bajo
en otro lugar
TE IGUALAMOS EL PRECIO
y te hacemos

10%
dcto.
adicional

CONSULTAR POLÍTICA DE GARANTÍA DE PRECIOS

**PRECIOS
BAJOS
GARANTIZADOS**

DESARROLLO DE MERCADO

Matriz producto-mercado de Igor Ansoff

	Mercados actuales	Mercados nuevos
Productos actuales	<i>Penetración de mercado</i>	Desarrollo de mercado
Productos nuevos	<i>Desarrollo de producto</i>	<i>Diversificación</i>

¿Cuál es la dirección que seguirá el crecimiento de nuestra empresa?⁶

DESARROLLO DE MERCADO

Búsqueda de nuevos segmentos

Ingreso a nuevos segmentos

Utilización de otros canales

Venta en nuevos lugares







DESARROLLO DE PRODUCTO

Matriz producto-mercado de Igor Ansoff

	Mercados actuales	Mercados nuevos
Productos actuales	<i>Penetración de mercado</i>	Desarrollo de mercado
Productos nuevos	Desarrollo de producto	<i>Diversificación</i>

DESARROLLO DE PRODUCTO

¿A qué se considera nuevo en marketing?

Modificado: cambio superficial de empaque, color, cantidad, etc.

Mejorado: cambio alguna de las Propiedades físicas o químicas

Original: antes no existía, nuevo, radicalmente diferente



Healthy Mc



PANTENE



MODALIDAD DE DIVERSIFICACIÓN

Matriz producto-mercado de Igor Ansoff

	Mercados actuales	Mercados nuevos
Productos actuales	Penetración de mercado	Desarrollo de mercado
Productos nuevos	Desarrollo de producto	Diversificación

STARBUCKS



MODALIDAD DE DIVERSIFICACIÓN

Audacia y mucho conocimiento

Planeamiento estratégico

Negocio totalmente nuevo

Hilo Tecnológico

Hilo comercial

MAYOR RIESGO

¡Se aleja de lo conocido!