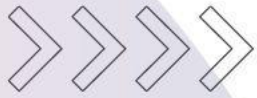


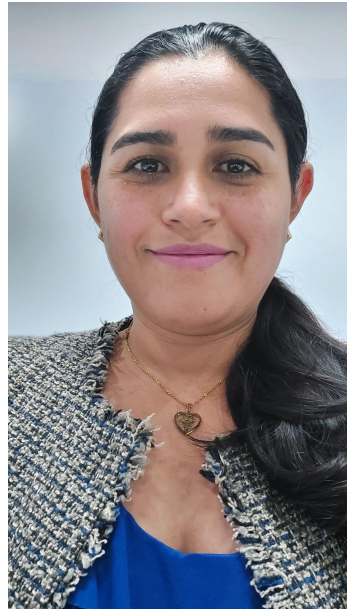


Módulo 3 Sesión 8
APLICACIÓN FÓRMULA MERCADEO
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y MARKETING
Por Karla Orellana



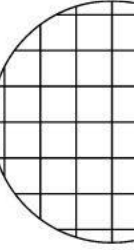


Bienvenida al programa CANAC URL



Karla Orellana
Facilitadora Programa CANAC URL

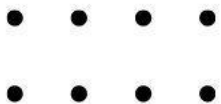


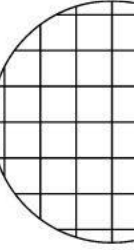


Agenda:

1. Bienvenida
2. Breve resumen clase anterior
3. Las C's del marketing
4. Las E's del marketing
5. Ejercicio en grupo
6. Tarea

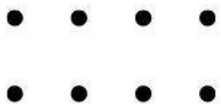
AGENDA





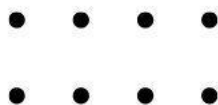
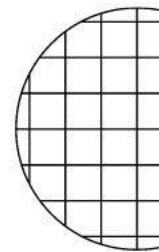
“El cliente no quiere comprarte un producto,
quiere una experiencia atractiva con la marca”

Nandini Nayak

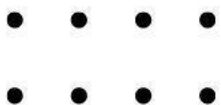
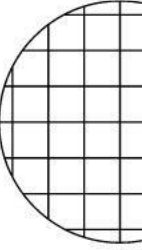
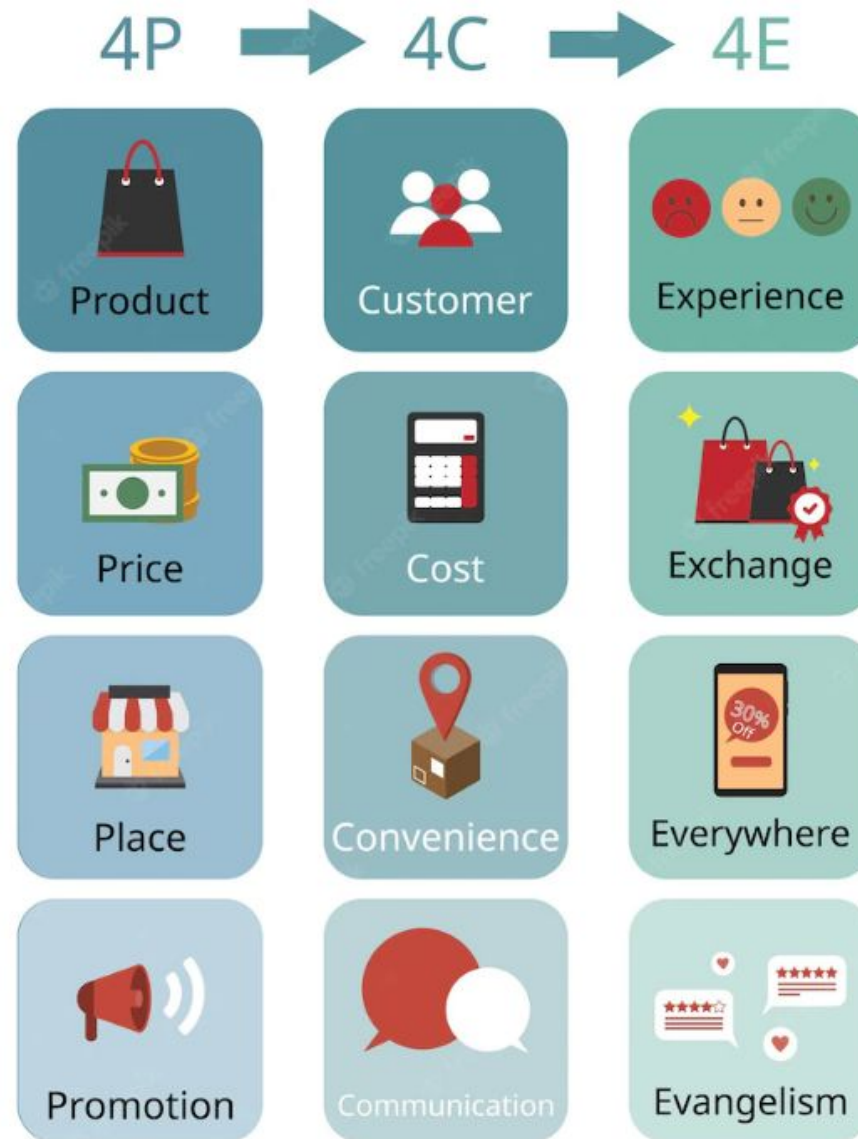


8 Ps del Marketing

Producto / Entrega	Precio + costos	Plaza y tiempo	Promoción y educación
<ul style="list-style-type: none"> -Diseño -Calidad -Tecnología -Marca -Servicios -Disponibilidad 	<ul style="list-style-type: none"> -Estrategia -Lista de precios -Descuentos -Formas de pago -Crédito -Cuotas de pago -Costos adicionales -Tiempos de espera 	<ul style="list-style-type: none"> -Canales -Cobertura -Variedad -Ubicación -Transportabilidad -Logística -E-Commerce -Horarios 	<ul style="list-style-type: none"> -Publicidad -Personal de venta -Promoción de ventas -RRPP -Mercadeo Directo -Identidad Corporativa -Educación del cliente
Procesos	Perceptibles	Personal	Productividad y calidad
<ul style="list-style-type: none"> -Descripción de procesos -Soporte organizacional -Roles del personal de contacto -Tecnología y grado de automatización 	<ul style="list-style-type: none"> -Externa / interna -Diseño -Limpieza -Estilo -Decoración -Sonidos -Aromas -Apariencia del personal 	<ul style="list-style-type: none"> -Cultura de servicio -Reclutamiento -Entrenamiento -Asignación de tareas -Involucramiento -Control -Soporte 	<ul style="list-style-type: none"> -Aseguramiento de calidad -Reducción de costos -Satisfacción y lealtad del cliente -Innovación (uso de tecnología)



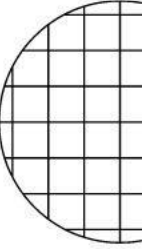
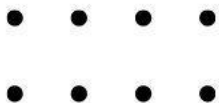
Evolución del Marketing Mix



4 C's del marketing

El concepto 4 C 's del marketing se utiliza para referirse a la estrategia de marketing centrada en el consumidor, sus deseos y necesidades. Las 4 C 's del marketing son consumidor, comunicaci3n, conveniencia y coste.

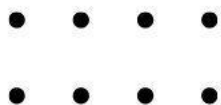
- Consumidor
- Coste
- Conveniencia
- Comunicaci3n



Consumidor

Es el eje de la estrategia y la marca debe aportar una propuesta de valor diferenciada en todo el proceso de venta, desde su primer acercamiento con la campaña de marketing hasta la venta y sin olvidar el servicio posventa.

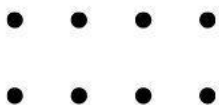
- ¿Conozco a mi consumidor?
- ¿Cómo puedo mejorar para cubrir de la mejor forma sus necesidades?
- ¿Atiendo eficazmente sus necesidades?



Coste

Va más allá del precio pagado por el consumidor, ya que engloba otros elementos que pueden provocar su rechazo a realizar finalmente la compra, es decir, analiza los impedimentos que tiene el consumidor para realizar la compra.

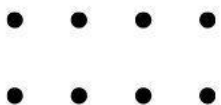
- ¿Tardo mucho tiempo en desplazarme hasta el establecimiento?
- ¿La información del precio es accesible?
- ¿El proceso de compra vía web tiene muchos pasos?
- ¿Obligo al comprador a completar un formulario de registro para poder comprar?



Comunicación

El objetivo es establecer relaciones cercanas. Las marcas persiguen la comunicación bidireccional y personalizada con su público objetivo a través de sus canales favoritos, entre los cuales, las redes sociales juegan un papel fundamental.

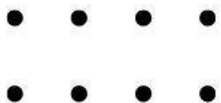
- ¿Soy accesible para mi consumidor?
- ¿Aporto valor ofreciendo soluciones innovadoras?
- ¿Ofrezco varias vías de contacto?
- ¿Soluciono sus dudas o problemas de manera ágil?

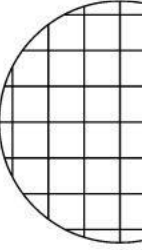


Conveniencia

Nos referimos a la experiencia total del cliente; comprender el viaje que realiza su cliente desde el primer momento en que entra en contacto con su marca, hasta que compra un artículo y más allá.

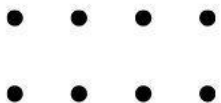
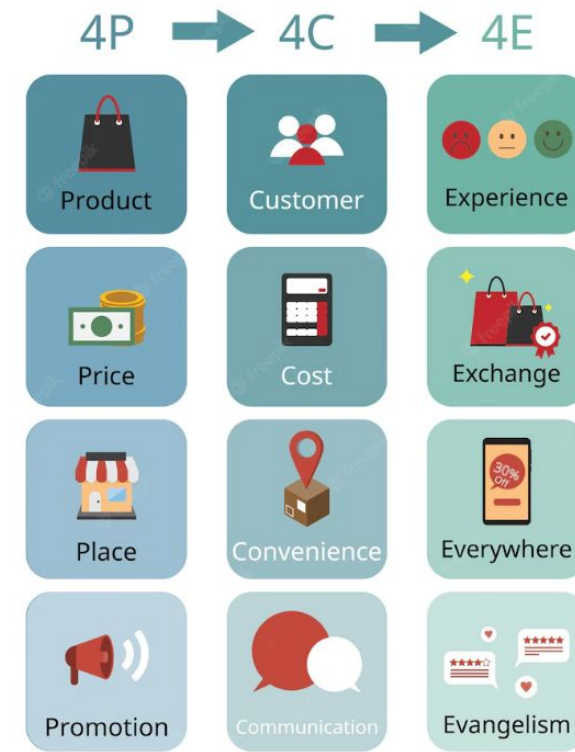
- ¿Mi página web dispone de filtros para encontrar el producto más rápidamente?
- ¿El proceso de compra tiene muchos clics?
- ¿Mi proceso de compra en redes sociales es sencillo?
- ¿La entrega de mis productos genera una experiencia agradable?

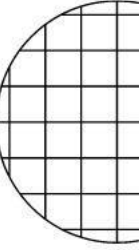




Las 4 E's del Marketing

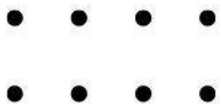
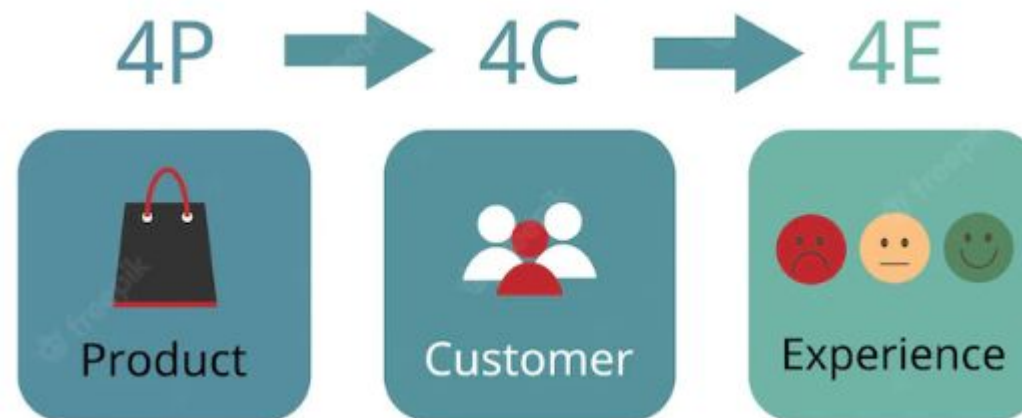
- El producto se convierte en experiencia
- El precio se convierte en Exchange
- El lugar se convierte en Everyplace
- La promoción se convierte en evangelización

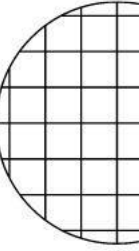




El producto se convierte en experiencia

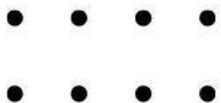
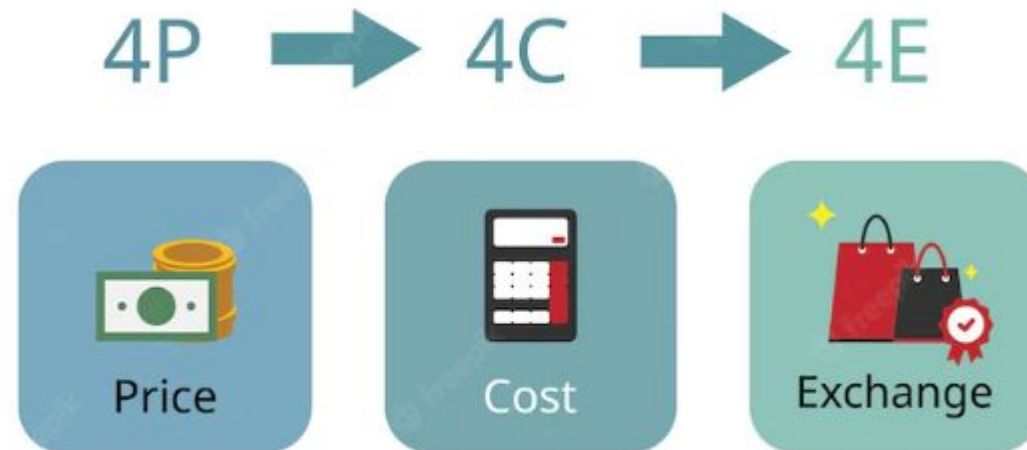
Aquí, por **Experiencia**, nos referimos a la experiencia total del cliente; comprender el viaje que realiza su cliente desde el primer momento en que entra en contacto con su marca, hasta que compra un artículo y más allá.

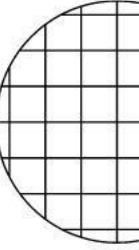




El precio se convierte en Exchange (Intercambio)

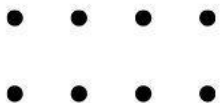
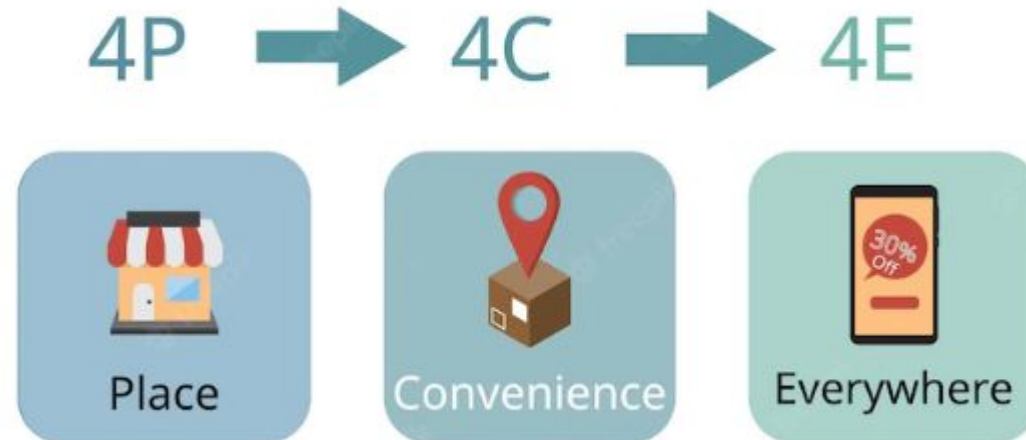
Valor percibido por el dinero. El precio del producto es inevitable, pero el cliente moderno exige más. Los clientes realmente valoran las marcas que los respetan y son capaces de ofrecer algo más.

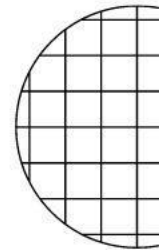




El lugar se convierte en Everyplace - Estar (en todos lados)

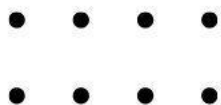
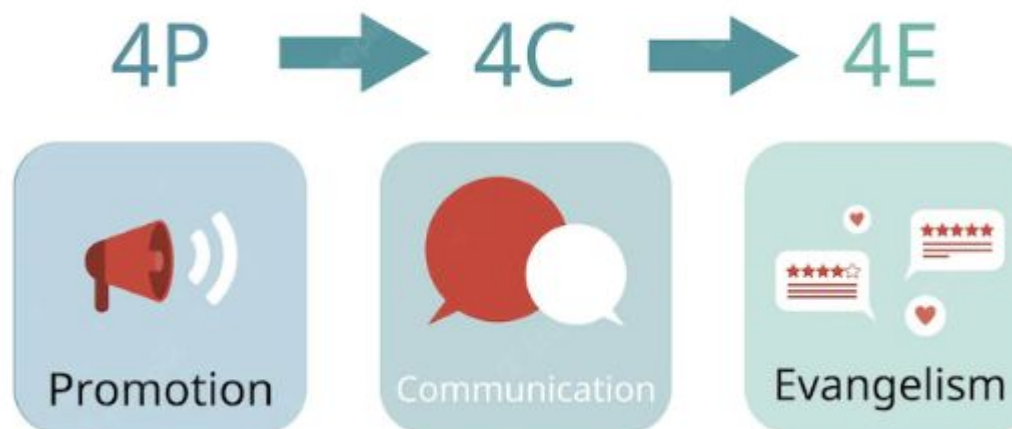
Valor percibido por el dinero. El precio del producto es inevitable, pero el cliente moderno exige más. Los clientes realmente valoran las marcas que los respetan y son capaces de ofrecer algo más.





La promoción se convierte en evangelización

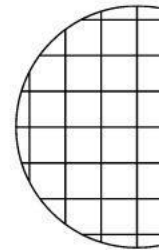
La idea es que si el encuentro de una persona con una marca, a través de su experiencia con el producto, múltiples puntos de contacto e intercambio “en todos los lugares” ha sido satisfactorio, el resultado será un partidario activo de la marca que la recomendará activamente.



Ejercicio



Negocio:	Diseñado por:
Fecha:	



El semáforo de mi negocio



Adecuado o efectivo

Quando hago esto consigo más o mantengo clientes, porque:



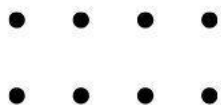
Puede mejorar

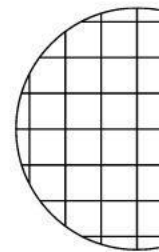
Hago esto, pero sé que pueden mejorar en o necesito ayuda para que sea:



Contraproducente

Quando hago esto, pierdo ventas, clientes o no consigo ventas, porque:





Negocio:	Nombre:	Fecha:
----------	---------	--------

Marketing Mix para tu negocio

P's	C's	E's
Producto	Consumidor	Experiencia
Precio	Costo	Intercambio
Plaza	Conveniencia	En todo lugar
Promoción	Comunicación	Evangelización

