

MARKETING



Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

☎ 95 493 66 50 🌐 www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:

1.-INTRODUCCIÓN

En la actualidad **Marketing** es indispensable para cualquier empresa que desee sobrevivir en un mundo tan competitivo como el nuestro.

Actividad: ¿A que nos suena la palabra Marketing?

MARKETING

- El Marketing es una FILOSOFIA EMPRESARIAL
- Orientada a conocer y satisfacer LAS NECESIDADES Y LOS DESEOS, ACTUALES Y POTENCIALES, del mercado.
- A través de una serie de ESTRATÉGIAS
- Con el fin de establecer con los clientes una RELACION DE CONFIANZA MUTUA ORENTADA AL LARGO PLAZO Y BENEFICIOSA PARA AMBAS PARTES.

Es un concepto inglés, que traducido al castellano significa mercadeo o mercadotecnia. Es la disciplina que estudia el comportamiento de los mercados y de los consumidores.

Estudia el mercado, analizando las necesidades de los clientes, e intenta posicionarse en una situación preferente con respecto a la competencia.

El Marketing se centra en cuatro "P":

Producto

Precio

Plaza (emplazamiento)

Publicidad

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:

El Marketing parte de las necesidades del cliente para establecer el plan comercial de nuestra empresa, es decir, como vamos a vender nuestro producto. Mediante sus herramientas y estrategias, la mercadotecnia busca posicionar nuestro producto o servicio de manera preferente en la mente del consumidor.

Las acciones de marketing tienen una función de rentabilidad a corto o largo plazo, ya que su gestión también implica actuar en las relaciones de la empresa con los clientes, con los proveedores, y con sus propios empleados, además de publicidad en los medios de comunicación. En ocasiones, suele confundirse la publicidad con el marketing, aunque en realidad el marketing abarca la publicidad y otros aspectos de actividad comercial.

Podemos decir que el marketing tiene varias orientaciones:

- Al producto: Cuando se centra en mejorar la calidad de nuestro producto o servicio que ofrecemos al cliente.
- A las ventas: Cuando los esfuerzos se centran en incrementar las ventas.
- Al mercado: Cuando adaptamos nuestro producto o servicio a los gustos del consumidor.

2.-OBJETIVOS

Objetivos del marketing son:

1. Describir el producto o servicio de la empresa.
2. Identificar el mercado al que se dirige el producto o servicio.
3. Elaborar el plan de marketing.

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



3.- EL PRODUCTO O SERVICIO



Vamos a abordar este tema dando respuesta a estas tres preguntas:

3.1.- ¿Cuál es el producto o servicio a ofrecer? Si son varios, descríbelos.

3.2.-¿Qué necesidades cubre tu producto o servicio?

3.3.-¿Qué aspectos diferenciales destacarías de tu producto o servicio?

3.1.- ¿Cuál es el producto o servicio a ofrecer? Si son varios, descríbelos.

DETERMINACIÓN DE LAS LÍNEAS DE NEGOCIO

A la hora de describir nuestro producto o servicio, es necesario que expliques si tu actividad engloba una sola línea de servicio o si, por el contrario, existen diferencias significativas entre los productos o servicios que ofreces.

En las empresas es habitual diferenciar dos o más de líneas de negocio.

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

☎ 95 493 66 50 🌐 www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



La diferencia entre los productos o servicios ofertados puede estar en la calidad, en el cliente o en el precio. Algunos ejemplos son:

Diferencias en la calidad: por ejemplo, en una relojería se puede encontrar desde un reloj de plástico que difícilmente durará unos meses, casi de “usar y tirar” hasta un reloj de lujo “para toda la vida”. El tratamiento de un servicio y otro no será igual, por esta razón hay que diferenciar las líneas.

Diferencias en los clientes: una tienda que vende ropa para hombres y para mujeres.

Diferencias en el precio: un supermercado que vende productos de marca y de marcas blancas (productos sin marca reconocida, y en cuyo embalaje aparece el nombre del supermercado: estos productos son siempre más baratos y el margen es también diferente).

Diferencias en calidad, cliente y precio: un bar restaurante con oferta diversa (desayunos, bocadillos, platos combinados, menús y carta) con diferentes precios (más económicos durante el día y más caros por la noche y el fin de semana) y para diferentes tipos de clientes (vecinos y oficinistas por la mañana y al mediodía, y gente de toda la ciudad por la noche y el fin de semana).

En algunos casos, en cambio, puede suceder que no existan diferencias entre estas tres variables. En este caso, se habla de una única línea, es decir, un distribuidor de un único servicio que siempre tiene la misma comisión.

Tendrás una única línea si toda tu gama de servicios tiene características similares en cuanto a precio, calidad y clientes a los que se dirigen. Tendrás varias líneas si existen diferencias en alguna o varias de estas tres variables.

ACTIVIDAD:

Los emprendedores tendrán que identificar de cada negocio, cual es su producto o productos y describirlos. Determinar si existen las líneas de negocio.

Para la descripción de tu producto o servicio dentro de tu plan de empresa te sugerimos que des respuesta a las siguientes cuestiones:

PISTA:

Cuestiones a tener en cuenta a la hora de describir el producto o servicio:

- **Haz una lista** de todos los productos o servicios que ofreces.
- ¿Existen diferencias importantes con respecto a su **calidad**?
- ¿Se dirigen al mismo tipo de **cliente** o no?
- ¿El **precio medio** que vas a cobrar será siempre el mismo o vas a fijar distintos precios para cada uno de los servicios?
- Si has encontrado diferencias en alguno de los puntos anteriores, define los distintos **grupos de servicios**, destacando las características o factores comunes.

3.2.-¿Qué necesidades cubre tu producto o servicio?

Todo producto o servicio debe cubrir una necesidad. Por tanto, a la hora de describirlo no debemos centrarnos únicamente en sus características, sino también en las necesidades que cubre. Un producto o servicio puede ser fantástico, pero si nadie entiende para qué sirve, si nadie ve su utilidad, si nadie siente la necesidad que ese servicio o producto viene a cubrir, es evidente que no lo vamos a vender.

Sin embargo, cuando hablamos de necesidad no pensemos en clave de primera necesidad e intenta ir más allá.

Por ejemplo, un reloj de lujo que cuesta casi como un coche no

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:



tu oportunidad de
autoempleo

 www.complejoideal.com/atenea



satisface la necesidad de saber la hora, sino probablemente la de mostrar un estatus.

Tener claro eso es fundamental a la hora de venderlo: no haremos énfasis en lo bien que da la hora, porque eso se le supone, sino que al venderlo haremos énfasis en el estatus que busca el cliente, y eso condicionará la distribución, el precio, la publicidad...

Es importante que tengamos en cuenta que tus clientes valorarán todos los productos o servicios que ofrecemos al mercado y escogerán el que le **proporcione una mayor satisfacción por el dinero gastado.**

“En nuestros negocios deberemos transmitir que vendemos soluciones no productos”.

Por ello, te recomendamos que te pongas en su lugar e **intentas averiguar qué es lo que hace tu producto o servicio por tu cliente**, es decir, qué problemas resuelve y de qué manera lo hace. Y, si puedes, llega más lejos e intenta pensar si estas necesidades están o no cubiertas por otros productos o servicios.

P.e. una panadería puede vender los productos normales o puede además de vender esos productos, puede cubrir las necesidades de las madres que llevan sus hijos al colegio ofreciendo un pack de desayuno (zumo o batido con un bocadillo, que diariamente ira cambiando para que el niño no se canse).

Esta reflexión te puede ayudar a **definir mejor tu negocio**. Es posible que, al hacerlo, veas que te has equivocado en alguna cosa, y que incluso te plantees algún cambio de orientación en tu negocio.

Las necesidades no se crean, se crean nuevos servicios que satisfacen de forma diferente las necesidades existentes.

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



PISTA:

Cómo identificar qué necesidades cubre el producto o servicio

Para identificar las necesidades que cubre tu servicio, intenta responder a las siguientes preguntas:

- ¿Qué problemas resuelve mi producto o servicio? o ¿**qué necesidad resuelve?**
- ¿Qué soluciones aporta? o ¿**cómo satisface la necesidad?**
- ¿En qué se diferencia mi producto o servicio del de mi competencia? o ¿qué necesidades cubre **de manera exclusiva?**
- ¿Qué es lo que no hace por el cliente? o ¿qué necesidades **no cubre?**

Actividad:

Los emprendedores tendrán que identificar de cada negocio, cuales son las necesidades que cubren.

3.3.-¿Qué aspectos diferenciales destacarías de tu producto o servicio?

Hasta los años 50, las empresas centraban sus esfuerzos exclusivamente en el producto. El mercado era poco exigente porque había poca competencia y también eran mercados vírgenes, así que con un producto de características básicas, garantiza el éxito.

En la actualidad todo esto cambiado, ya que la existencia de una mayor competencia genera abundantes opciones donde elegir, lo que hace que el cliente exija y las empresas tienen que adelantarse al mercado.

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



En este contexto tenemos dos opciones:

- Salir al mercado con un producto totalmente nuevo
- Salir al mercado con un producto ya comercializado pero marcando una DIFERENCIACION, que puede ser en la forma de ofrecerlo, en la forma de venderlo, en el servicio después de la venta. (Garantías, reparaciones, etc.)

Quien ofrecía coches en los años 70 en España:



En la actualidad las empresas que ofrecen coches son:



Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:

¿Cuál es mejor?



Ventas de Cacao Soluble en España

- *Cola Cao: 60% ventas
- *Nesquik: 25% ventas
- *Otros: 15% ventas

Ventas de Cacao Soluble en Suiza

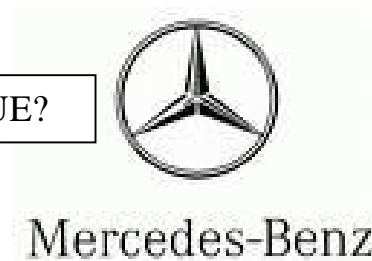
- *Cola Cao: 32% ventas
- *Nesquik: 58% ventas
- *Otros: 10% ventas

Si en el Marketing fuera solo cuestión de Calidad, entonces ganaría Cola Cao en todos los países, por eso llegamos a la conclusión que es una cuestión de PERCEPCIONES.

Las mentes nunca cambian



¿MEJOR QUE?



Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

☎ 95 493 66 50 🌐 www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



Con lo que debemos intentar ocupar en la mente del cliente una posición DIFERENTE Y PREFERENTE respecto a la competencia.

Esta estrategia y diferenciación se refleja en el diseño de la política de producto, precio, distribución y Comunicación

EL CASO DE UN DESPACHO DE ABOGADOS DE MADRID

- Vendían cada vez menos a pesar de ofrecer un mejor servicio cada vez.
- Tenían cada vez más competencia.
- Necesitaban hacer algo para relanzar su despacho.

Su problema era evidente: Carecían de una "posición Preferente" en la mente de sus clientes potenciales

Estuvieron investigando y buscando lo que los podría hacer únicos y diferentes respecto de los competidores...

Se convirtieron en:

"El primer despacho de España especializado en la defensa de hombres maltratados"

Existen muchas maneras de diferenciarnos por ejemplo:

Amplia Gama de productos

La especialización. Todo bici

La posibilidad de probar el artículo en casa y devolverlo si no te convence (El Corte Inglés)

Tienda de alimentación con productos típicos de distintas nacionalidades.

Un panadería que además de todos los productos normales hace pack de desayunos para los niños que van al colegio.

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:

ACTIVIDAD:

Los emprendedores tendrán que identificar de cada negocio, cual es su diferenciación con respecto a la competencia.

Ejemplos de empresas que están bastante diferenciadas con respecto a su competencia.

Caso I: El Corté Inglés

Caso II: IKEA

Caso III: Banco ING

PISTA:

Cómo identificar los aspectos diferenciales de tu servicio

Tu servicio puede ser mejor que el de tu competencia porque:

1. **Tu servicio es único porque** ofreces algo que nadie más ofrece.
2. **Tu servicio es mejor** que el de la competencia porque ofreces un producto:

- De mejor calidad.
- Más económico.
- Que dura más.
- Que se estropea menos.
- Más innovador.
- De mejor diseño.

3. **Tu servicio es mejor** que el de la competencia porque ofreces:

- Mejor atención al cliente.
- Mejor precio.
- Personal cualificado.
- Das mayor credibilidad.
- Compromiso de responsabilidad.

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:



tu oportunidad de
autoempleo



 www.complejoideal.com/atenea

4. **Utilizas otras estrategias** que te diferencian de la competencia porque:

Tu negocio está mejor ubicado.
Utilizas los mejores medios.
Ofreces financiación

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO

