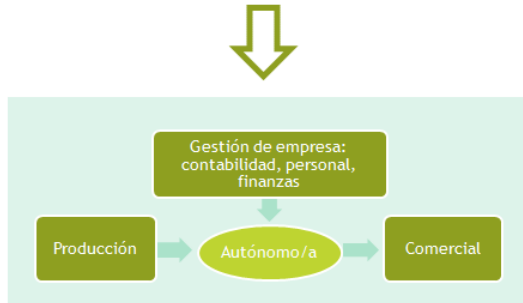


Marketing

[vc_row][vc_column width="1/1"][vc_column_text]

¿Qué es el Marketing?

Identificar y satisfacer las necesidades de los clientes de manera rentable



Como empresarios/as, no solo debemos fijarnos en el producto/servicio que realizamos, sino que debemos prestar atención al área comercial, **tenemos que llegar hasta el cliente**.
Es muy importante enfocar nuestro negocio hacia el **CLIENTE**, ya que es él quien realmente sustenta nuestra empresa.

Pero ¿cómo?

Hay dos factores indiscutibles:

- Tener la **máxima información** posible del mercado (nuestros clientes).
- Estar en **continua reflexión** y adaptar nuestra empresa al mercado al ritmo que este cambia.

Reflexionar, conocer el mercado y adaptarnos a él

- ¿qué necesidad satisfacemos?
- ¿qué tipo de gente consume nuestro producto/servicio?
- ¿de qué forma lo consumen? Con quién, cada cuánto, en qué estado de ánimo, con qué intención, etc.
- ¿cuál es el tamaño de nuestra clientela en el mercado? ¿qué tendencia de crecimiento sigue? ¿hay posibilidad de ampliar nuestro mercado a otro segmento de la población?
- ¿en qué fase del proceso de madurez está nuestro producto?
- ¿son fieles mis clientes? ¿qué herramientas puedo utilizar para fidelizarlos?
- ¿cuál es el proceso de compra que siguen los clientes con nuestros productos? ¿quién toma las decisiones, ¿se toma la decisión en casa o se decide en el establecimiento?
- ¿qué actitud tienen los clientes hacia los distintos tipos de publicidad?
- ¿Por qué motivo acudirían a mi negocio en vez de ir a la competencia?
- ¿Qué ofrece mi negocio que no ofrecen mis competidores?
- ...

/vc_accordion_tab

Además de la orientación al cliente, es fundamental **elaborar una estrategia** y saber siempre hacia dónde nos dirigimos.

2 conceptos claves para definir nuestra estrategia son el **posicionamiento** y la **segmentación**:



/vc_accordion_tab

Debemos elegir la imagen que queremos transmitir de nuestra empresa, los atributos que la definen o los valores que tenemos.

¡Cuidado! No siempre es igual la imagen que transmitimos y la que el cliente percibe.

Ejemplos:

- Volvo ? seguridad
- Zara ? moda + económico
- Cines Golem Bayona ? público masivo, cine comercial
- Cines Golem Yamaguchi ? cine alternativo
- Kukuxumuxu ? diversión

¿Qué transmite tu empresa?

Cercanía, respeto al medioambiente, interculturalidad, modernidad, juventud, .../vc_accordion_tab

Podemos dirigirnos a todos los consumidores de nuestro producto/servicio o elegir a un perfil determinado (o varios) y centrar nuestros esfuerzos en ellos.

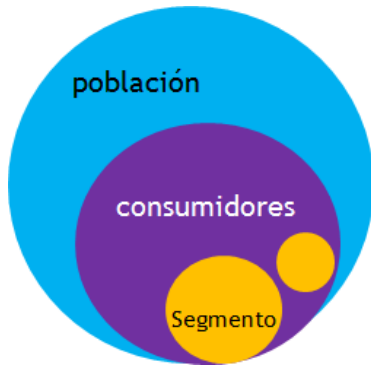
Si decido enfocarme en un segmento de la población, **tendré que conocerlos bien**:

- ¿qué edad tienen?
- ¿cuáles son sus gustos?
- ¿dónde viven?
- ¿cuáles son sus hábitos?

Cuando compran...

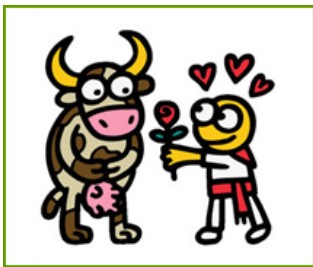
- ¿quién le influye en la decisión?
- ¿cuándo compra?

- ¿qué compra?
- ¿compra también a la competencia?



/vc_accordion_tab

El marketing relacional es:



Una forma de marketing

- que identifica las necesidades de clientes
- y los satisface a través de la construcción de relaciones personales
- en beneficio mutuo
- y de manera rentable.

Una herramienta diferenciadora./vc_accordion_tab