

MERCADEO EN ACCIÓN

¿Qué mejorar para ser mejores?

Dr. JOSEP CHIAS

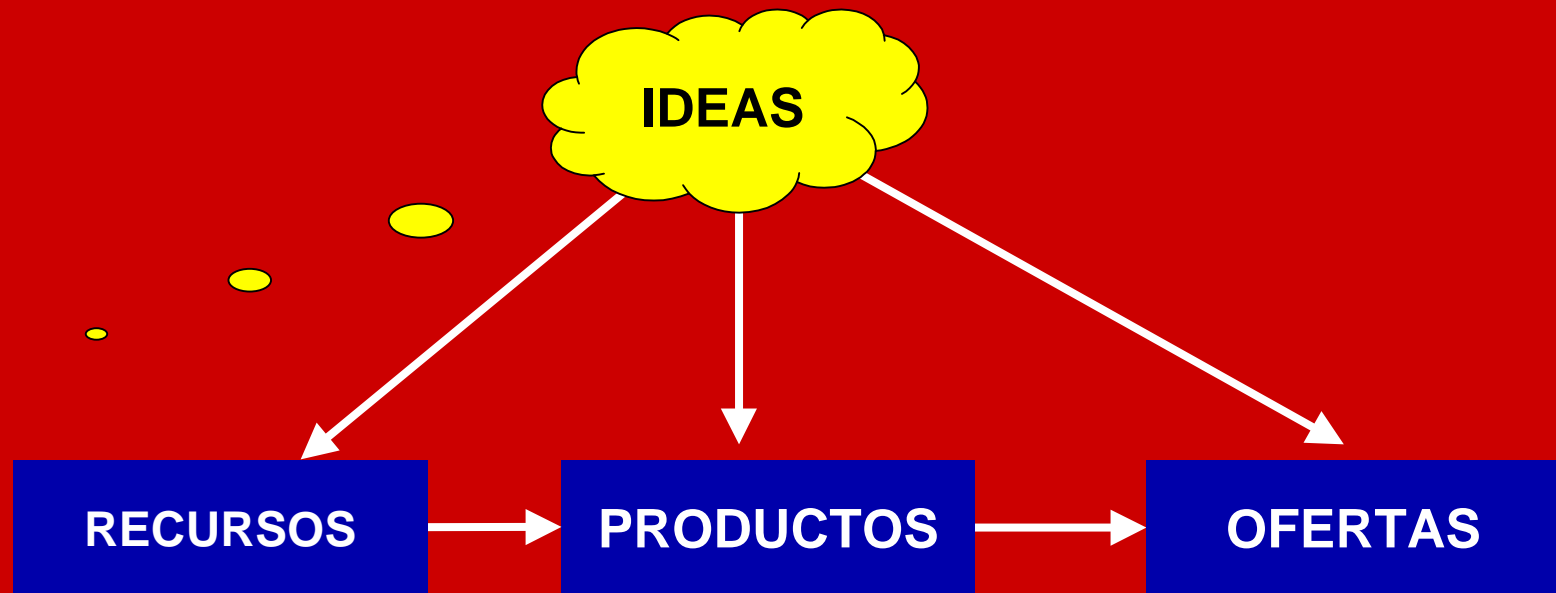
josep@marketingsystems.net



CONGRESO INTERNACIONAL DE CONINDUSTRIA 2002
Caracas, 20 de Junio 2002

LOS RETOS DEL MARKETING EN LAS EMPRESAS LATINOAMERICANAS

1. RECURSOS, PRODUCTOS... PARA EL MERCADO SÓLO CUENTA LA OFERTA

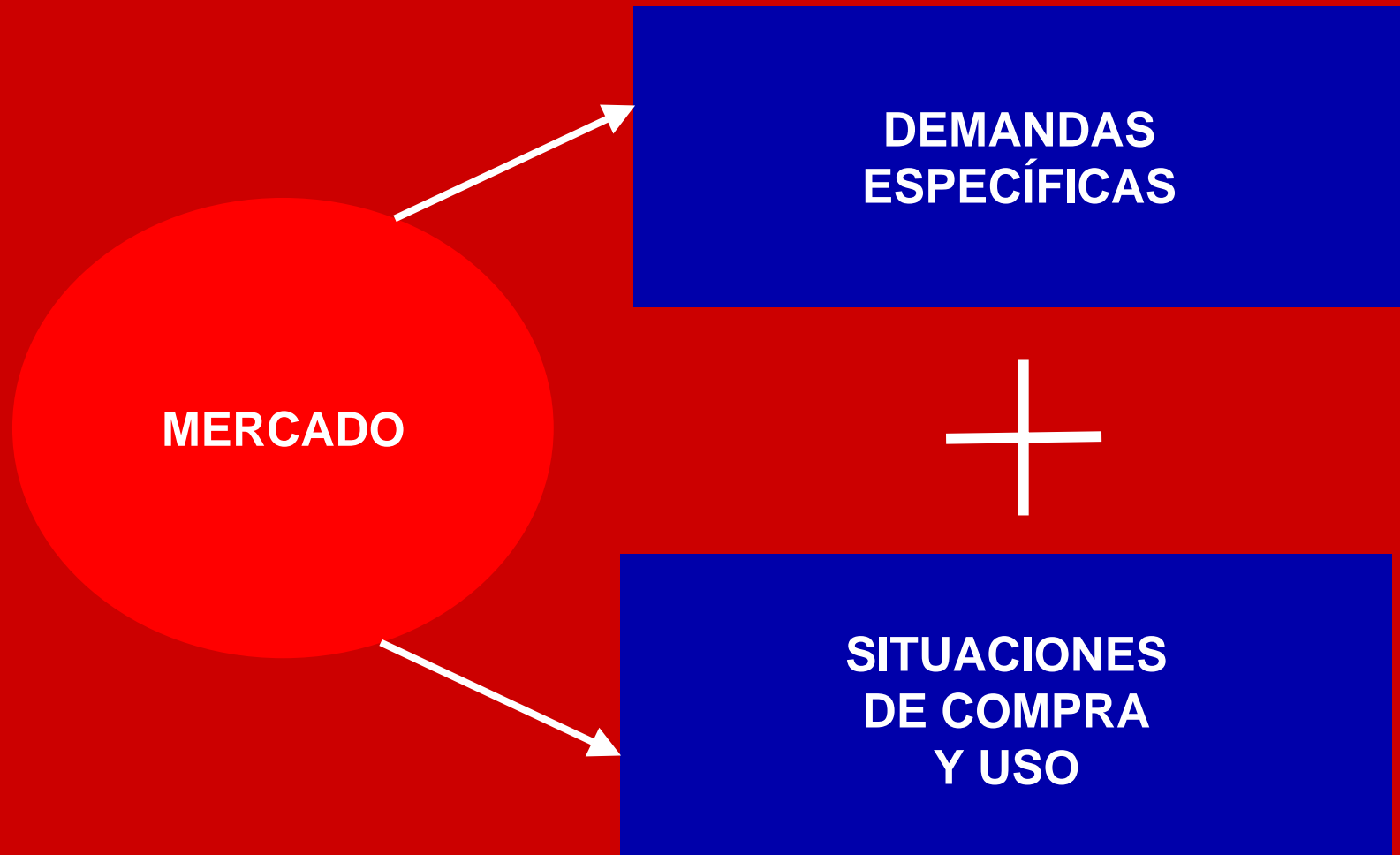


2. EL CAMBIO DE LOS PROTAGONISTAS DE LA OFERTA

- ¿FABRICANTES Y PRESTADORES DE SERVICIOS?
- ¿INTERMEDIARIOS?

“LOS QUE OFERTAN AL PÚBLICO”

3. UNAS DEMANDAS MÁS VARIABLES



4. LA EXPLOSIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

- **CAMBIA EL PODER DE ACCESO COMUNICACIONAL:**
 - **LO MULTINACIONAL SE HACE LOCAL**
 - **PERSONALIZA LA DEMANDA**

PERO...

- **LA LOGÍSTICA SIGUE SIENDO LOCAL**

5. LA FALTA DE OFERTA PARA LOS MENOS FAVORECIDOS

- MILLONES DE PERSONAS NO TIENEN ACCESO A PRODUCTOS**
- SÓLO HAY OFERTAS GLOBALES PARA UN ESTILO DE VIDA**

6. UN MARCO DE REFERENCIA INESTABLE

- **LEGAL**
- **ECONÓMICO**
- **POLÍTICO**

7. DÉFICITS DE RECURSOS

- **DE INFRAESTRUCTURAS:**

- **FINANCIERA**
- **TRANSPORTE**
- **COMUNICACIÓN**

- **DE ESTRUCTURA:**

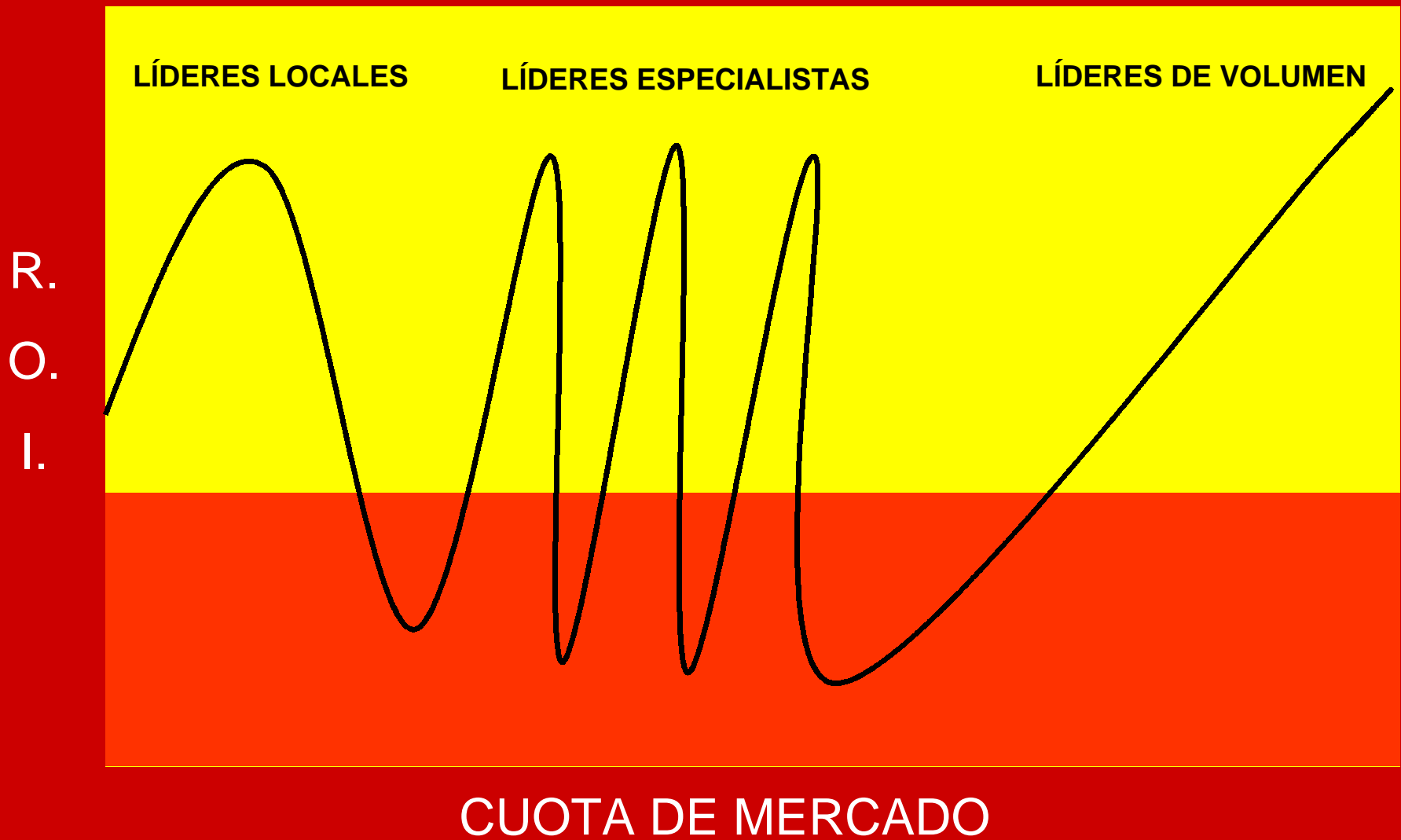
- **DIRECTIVA**
- **MANDOS INTERMEDIOS**
- **ASALARIADOS**

LAS LECCIONES DE MI EXPERIENCIA

1ª REFLEXIÓN

COMPETIR Y GANAR:
EL MANEJO DE LA FLEXIBILIDAD

ESTRATEGIA Y POSICIÓN COMPETITIVA

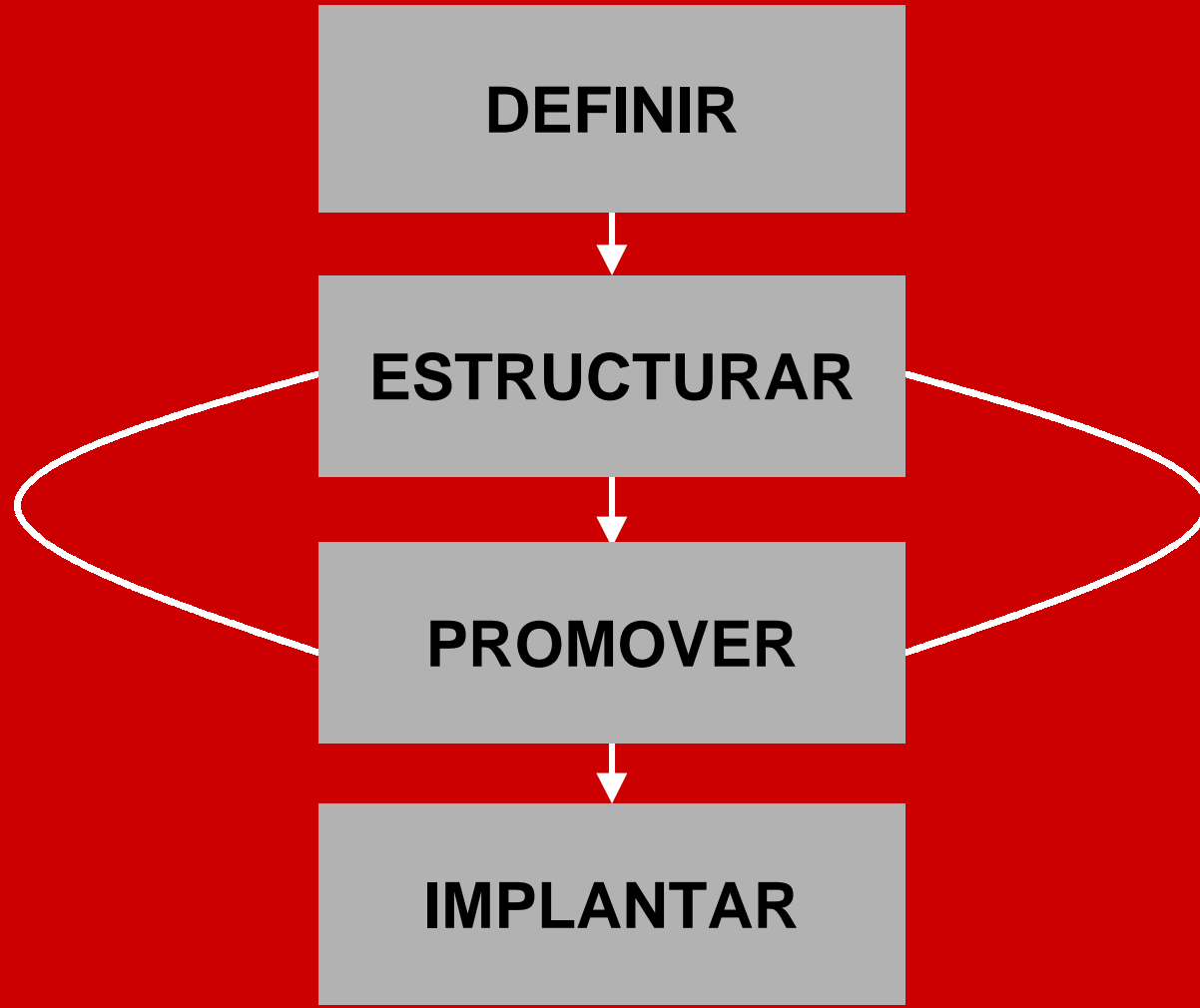


CONSIDERACIÓN 1

SI NO ES MEJOR QUE SUS
COMPETIDORES, EN LAS CRISIS
DESAPARECERÁ

LOS MEDIOCRES SÓLO FUNCIONAN EN
LOS MERCADOS PROTEGIDOS O
CUANDO HAY EXCESO DE DEMANDA

UN PLAN INTEGRAL CON NIVELES DE ACTIVIDAD

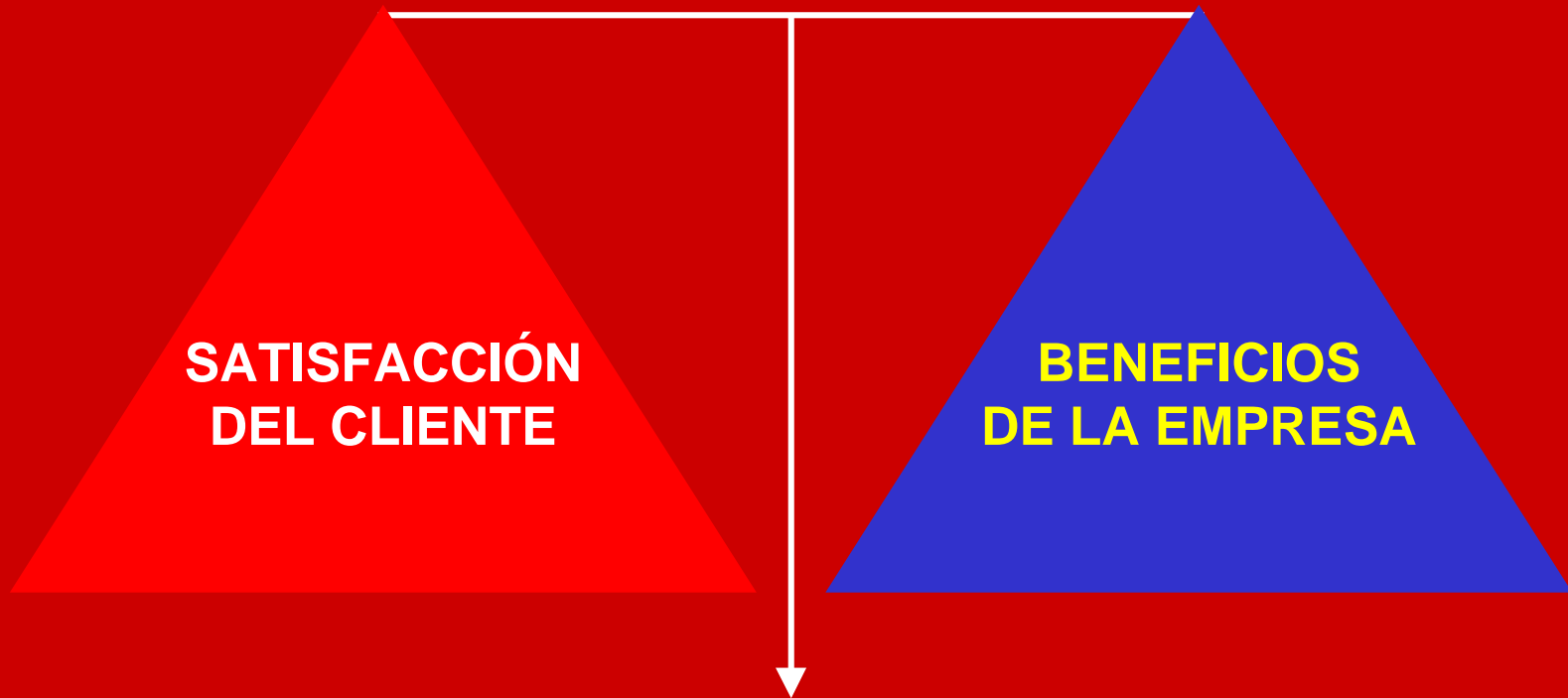


2ª REFLEXIÓN

EL MARKETING:
GANAR DINERO Y
SATISFACER AL CLIENTE

EL OBJETIVO DEL MARKETING EN LA EMPRESA

EL EQUILIBRIO EN EL INTERCAMBIO



PERO HAY DESEQUILIBRIOS EN EL MERCADO

- **EXISTEN MONOPOLIOS**
- **Y SE CREAN LOS LLAMADOS “MONOPOLIOS FÁCTICOS”**
 - **MENTALES**
 - **ESPACIALES**
 - **TEMPORALES**

CONSIDERACIÓN 2

EL CLIENTE NO ES EL REY,
PERO TAMPOCO ES SU VASALLO

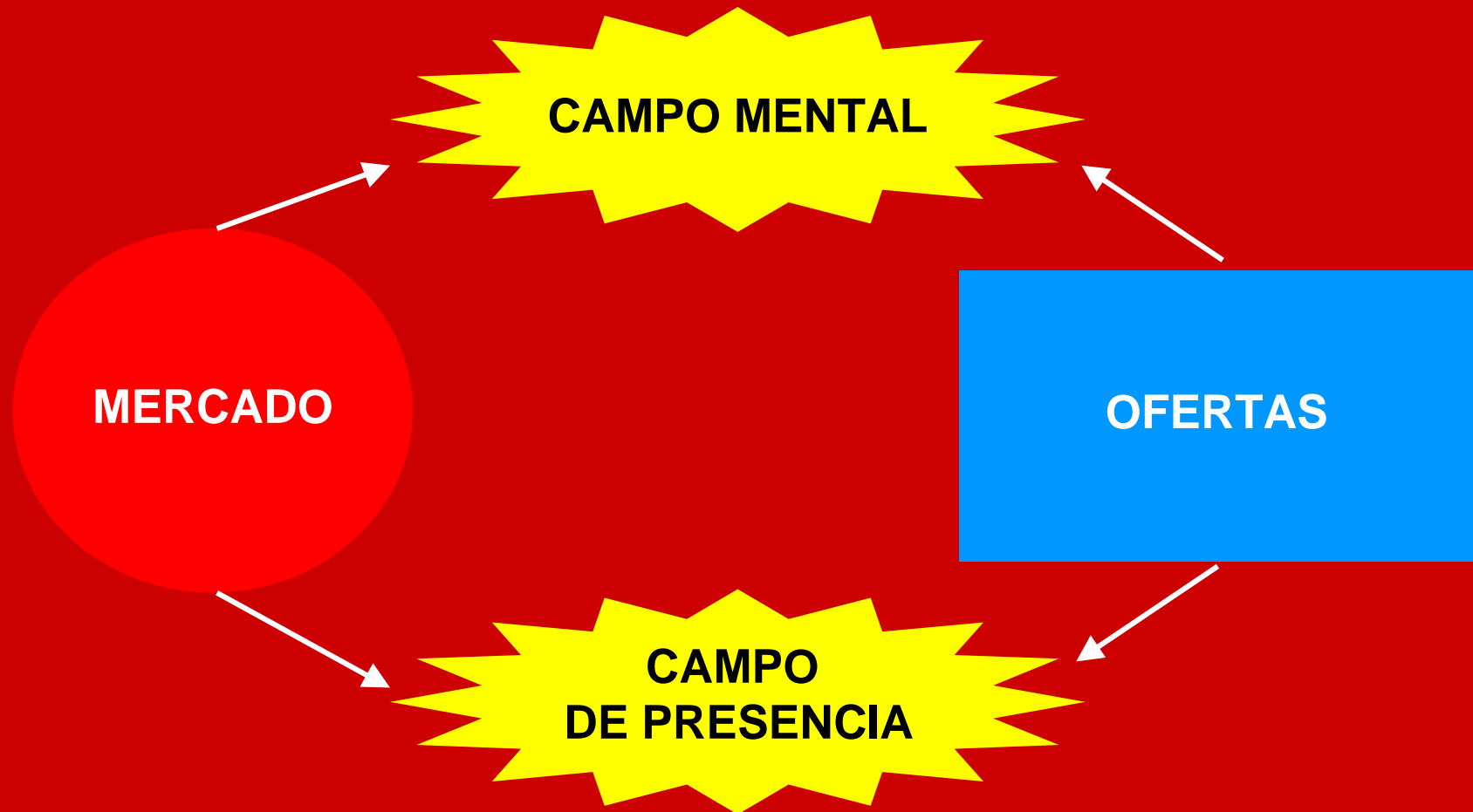
3ª REFLEXIÓN

EL FACTOR CLAVE DEL ÉXITO
ESTÁ EN EL MERCADO

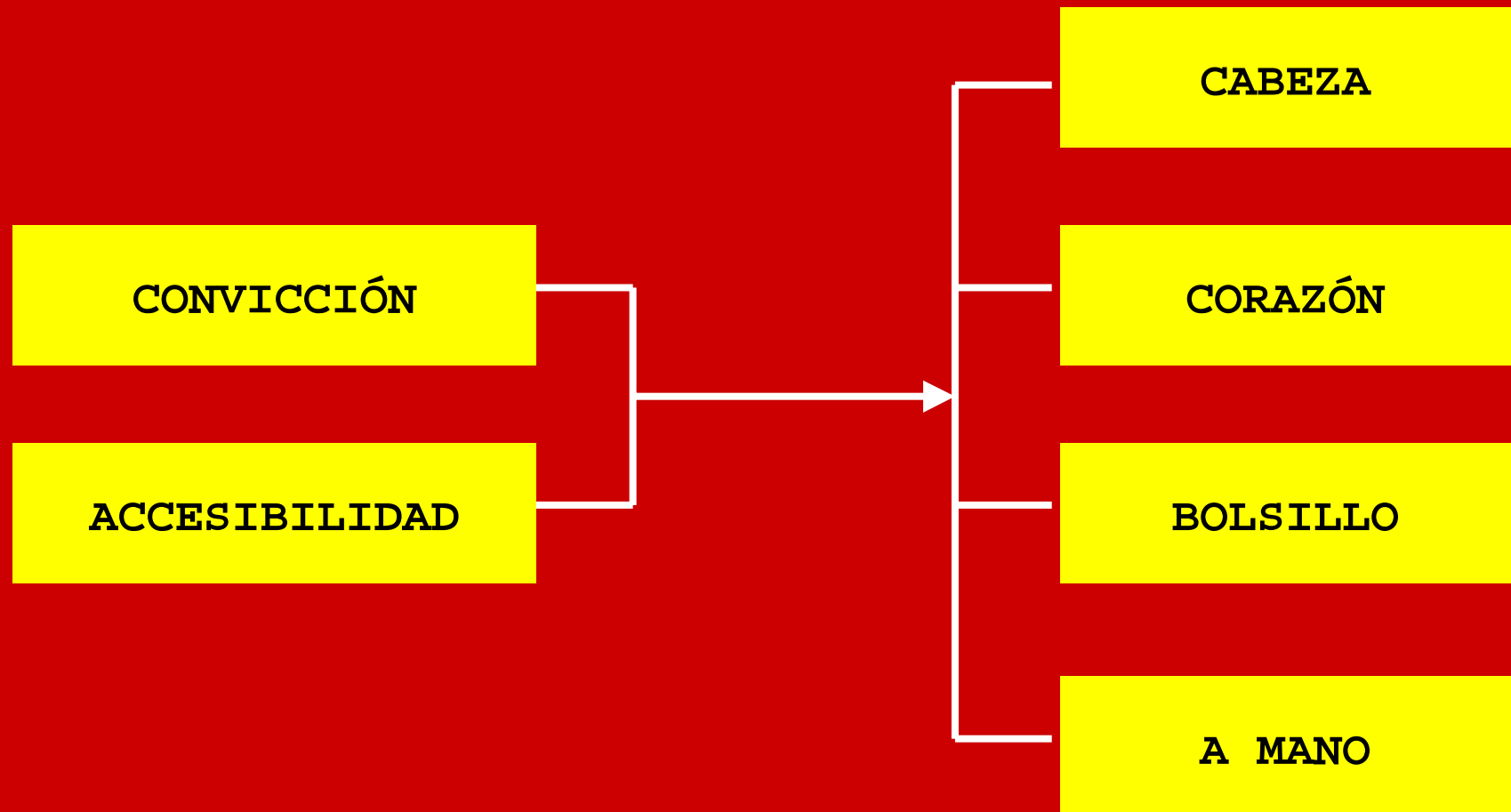
EL MARKETING TRABAJA CON TODO LO QUE EL CLIENTE VE

- PRODUCTOS
- PRECIOS DE VENTA
- PUNTOS DE VENTA
- COMUNICACIÓN DE ATRACCIÓN
- VENDEDORES
- PERSONAL EN CONTACTO CON EL PÚBLICO
- OFERTA PERSONALIZADA
- PROCEDIMIENTO DE SERVICIO
- COMUNICACIÓN DE USO
- ...

MARKETING: EL DOBLE CAMPO DE GESTIÓN



OFERTAR ES UNA DOBLE TAREA



CONSIDERACIÓN 3

LA GESTIÓN DEL MERCADO ES
DEMASIADO IMPORTANTE PARA
DEJARLA SÓLO EN MANOS DEL
DIRECTOR DE MERCADEO

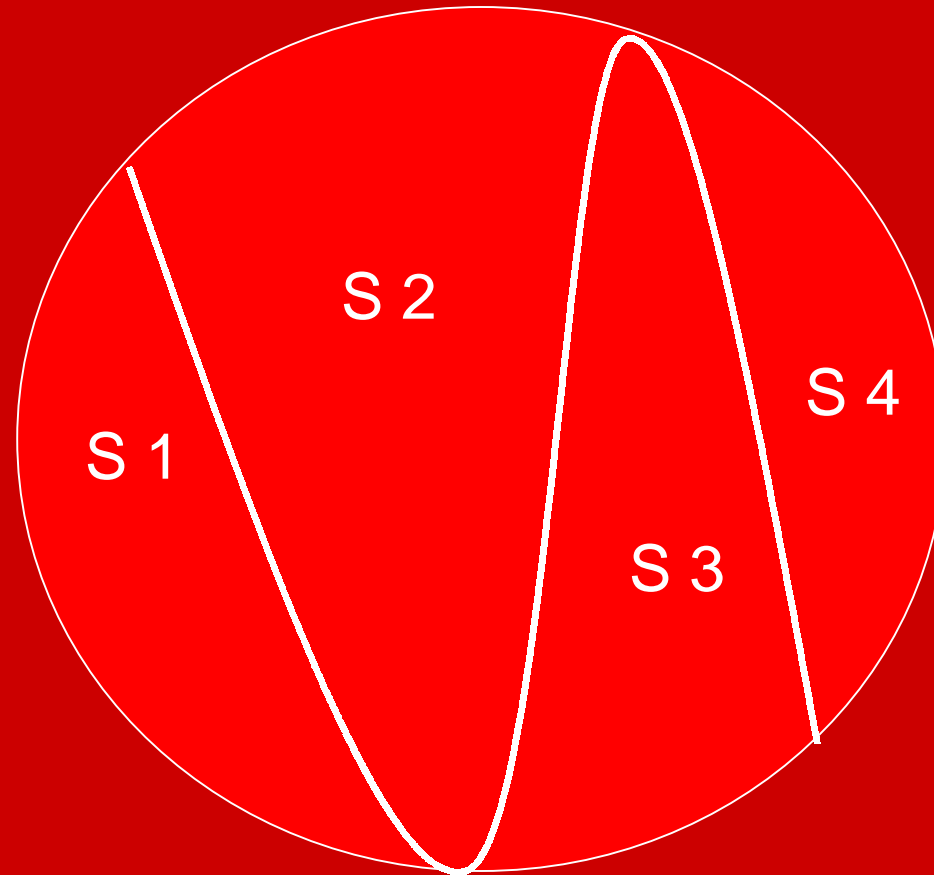
4ª REFLEXIÓN

¿DIVERSIFICACIÓN?

NO HAY EMPRESA APTA PARA TODOS
LOS PÚBLICOS

EL INSTRUMENTO CLAVE DEL MARKETING EMPRESARIAL

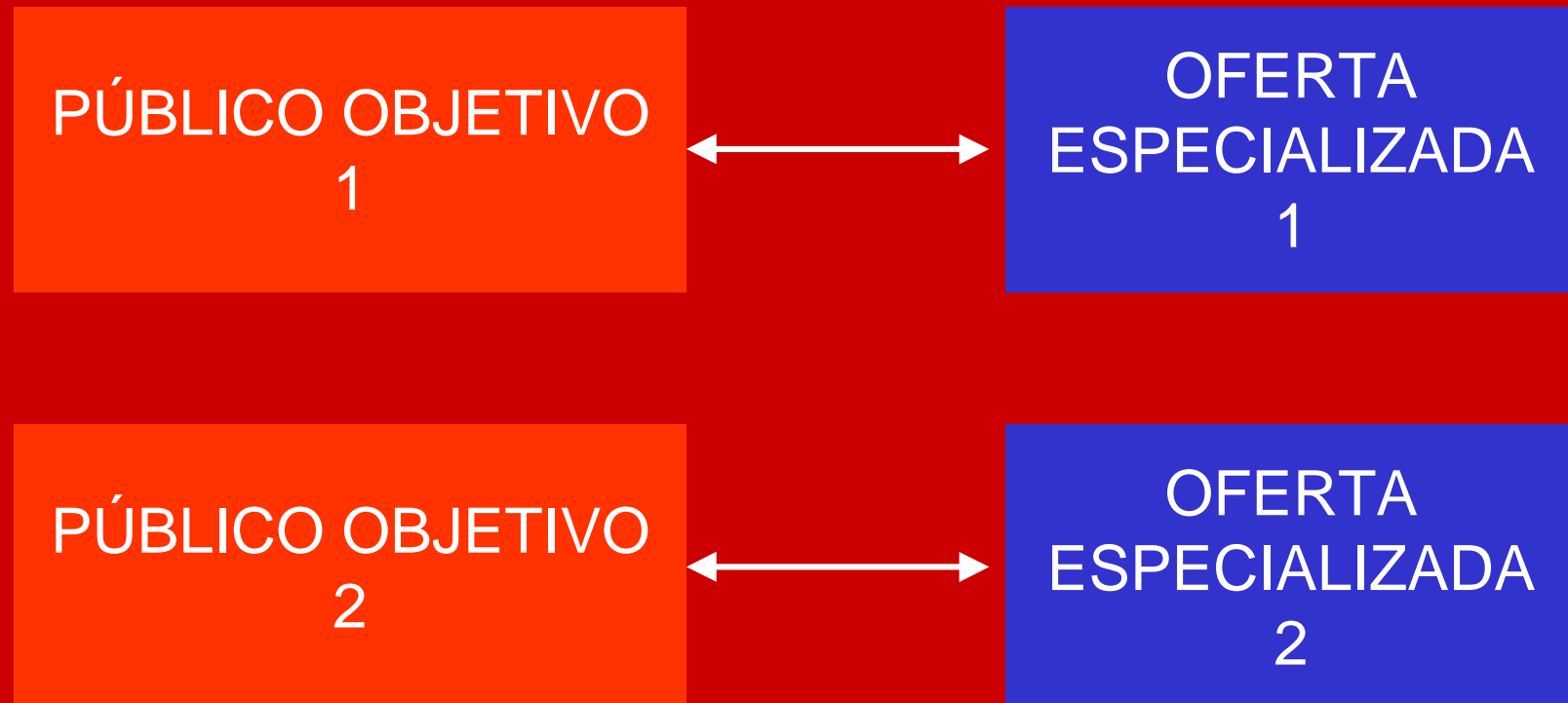
LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO



UNA FICCIÓN ÚTIL

LA RESPUESTA A LA SEGMENTACIÓN

LA OFERTA ESPECIALIZADA:



CONSIDERACIÓN 4

LA SEGMENTACIÓN
Y LA ESPECIALIZACIÓN
ESTÁN INDISOLUBLEMENTE UNIDOS:

“ZAPATERO, A TUS ZAPATOS”

5ª REFLEXIÓN

SINCERAMENTE,
¿USTED CREE QUE LOS CLIENTES SON
FIELES POR NATURALEZA?

EL VALOR DE USO / CONSUMO

UTILIDADES

FUNCIONALES

SIMBÓLICAS

VIVENCIALES

**COSTES DE
COMPRA Y USO**

ECONÓMICOS

COMERCIALES

MENTALES

LA CALIDAD DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL CLIENTE

EL GAP:

- **EXPECTATIVAS:**
 - LO ESPERADO
 - LO ADECUADO
- **REALIDAD PERCIBIDA**

LA RESPUESTA DEL CLIENTE

- **LA “NO REPETICIÓN”**
- **LA RECLAMACIÓN**
- **LA REPETICIÓN Y EL CAMBIO DE MARCA**

CONSIDERACIÓN 5

SÓLO LOS CLIENTES ENCANTADOS
NOS SITUAN EN CABEZA
DENTRO DE SU
“INFIDELIDAD COMPARTIDA”

6ª REFLEXIÓN

¿HABLA SU EMPRESA CON SUS
CLIENTES?

¿QUIERE DAR SERVICIO?

LA GESTIÓN DE LA OFERTA PERSONALIZADA

DEMANDAS

ANÓNIMAS

INDIVIDUALIZADAS

PERSONALIZADAS

OFERTAS

MARKETING
DE SEGMENTOS

MARKETING
DE PERSONAS

LA CAPACIDAD DE RESPUESTA

- **¿QUIÉN HABLA CON EL CLIENTE?**
- **¿CUÁNDO?**
- **¿PARA QUÉ HABLAMOS CON EL CLIENTE?**
- **LA GESTIÓN DE LA EXCEPCIÓN Y EL SERVICIO**

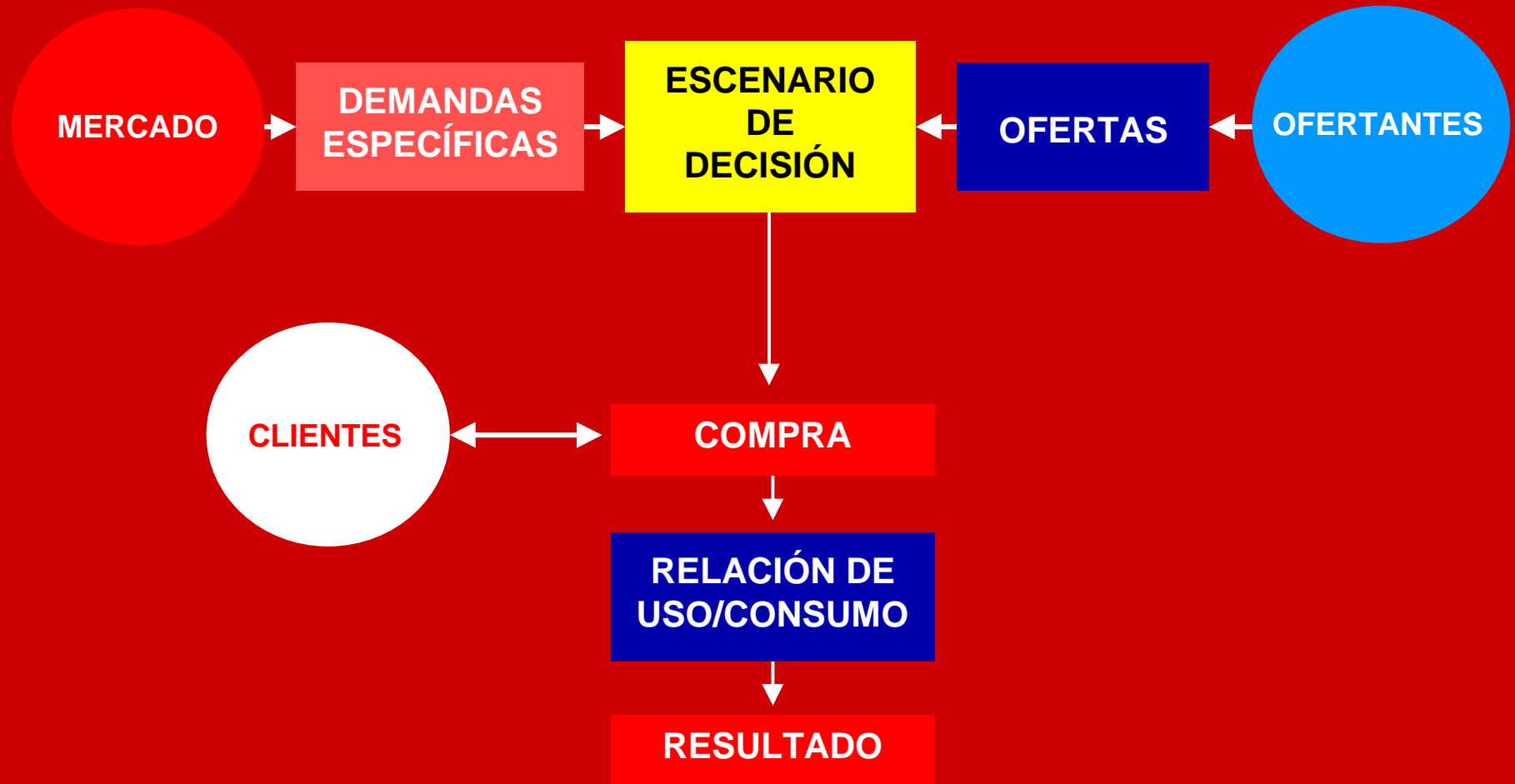
CONSIDERACIÓN 6

PREPARE A LOS MEJORES
PARA QUE SEAN
LA VOZ DE SU EMPRESA

7ª REFLEXIÓN

CUANDO TODO SE PUEDE COPIAR
LA CREATIVIDAD
MARCA LA DIFERENCIA

EL MARKETING ES EL ARTE CIENTÍFICO DE LOS PROCESOS DE INTERCAMBIO



EL DILEMA ARTE - CIENCIA

LA CIENCIA
NOS BRINDA SOLUCIONES

EL ARTE
NOS DA RESPUESTAS

CONSIDERACIÓN 7

LA CREATIVIDAD ES EL RESULTADO
DE APLICAR RIGUROSAMENTE
LAS METODOLOGÍAS

Y EN CUALQUIER LUGAR O
CIRCUNSTANCIA: UNA IDEA A NO
OLVIDAR

EL MERCADO SON PERSONAS