

Conceptos básicos del Marketing

Parte 1

¿Marketing?

Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.

"los estudios de marketing son fundamentales para el lanzamiento comercial de un producto"

¿Necesidades?

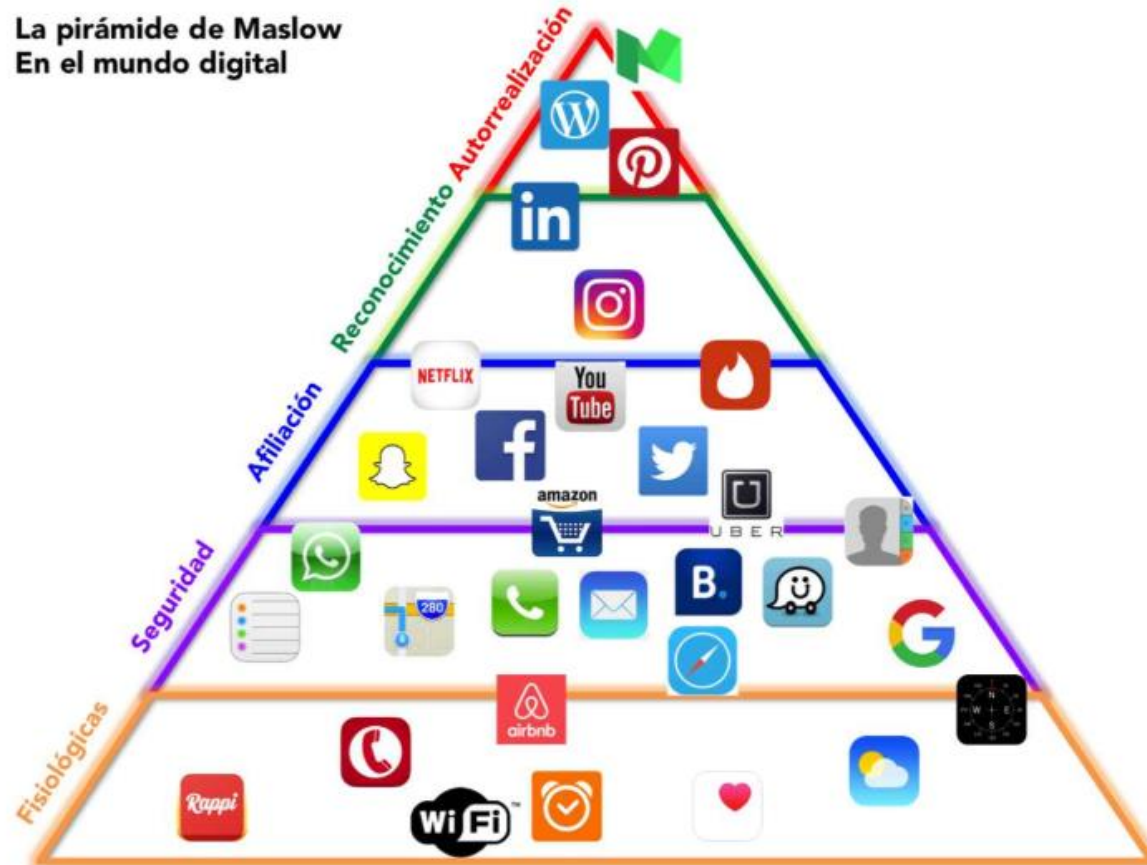
Necesidad es una carencia o escasez de algo que se considera imprescindible. También se utiliza esta palabra para significar obligación. Hace referencia también a una situación difícil que atraviesa alguien.

Philip Kotler define las necesidades como *“una sensación de carencia de algo, un estado fisiológico o psicológico”*.

1-2 Jerarquía de las necesidades según Maslow



**La pirámide de Maslow
En el mundo digital**



Fuentes: *LinkedIn, Maquinando*

Estrategia y táctica

En función del marketing



¿Dónde nace el concepto de estrategia?

La primera vez que históricamente se conoce el uso de la palabra **ESTRATEGIA** es asociada al **ARTE DE LA GUERRA**, es decir, la forma como se organizaban eficientemente los recursos humanos, las armas y municiones, las provisiones y pertrechos, todo para lograr un objetivo claro y preciso:

- Ganar territorios
- Imponer una forma de pensamiento
- Conservar el liderazgo
- Mantener un estilo de vida
- Obtener riquezas
- O simplemente todas las anteriores



El concepto de ESTRATEGIA, en la publicidad y el marketing, cumple el mismo objetivo en cuanto a organizar los recursos humanos y técnicos con el fin de lograr las metas que se ha trazado la compañía:

- Aumentar la participación de mercado
- Establecer un posicionamiento o un insight
- Ser líder de mercado
- Aumentar el índice de ventas
- O simplemente todas las anteriores



La estrategia, ya sea militar o comunicacional, siempre estará supeditada al cumplimiento de **uno o más de un objetivo**, pudiendo desglosar estos en objetivos generales y específicos.

Para lograr que las estrategias establecidas logren los objetivos determinados se realizan diversos planes de acción más pequeños, los cuales denominaremos **TÁCTICAS**.

Podemos entonces decir que:

- Los objetivos son las metas
- Las estrategias son las acciones a seguir para alcanzar las metas
- Las tácticas son el cómo llevaremos a cabo la o las estrategias

...los objetivos, las estrategias y las tácticas conforman los tres componentes básicos de todo proceso estratégico, el cual, a nivel comunicacional publicitario, se encuentra en el planteamiento de la estrategia comunicacional, la estrategia de marketing, la estrategia comercial, la estrategia de medios y la estrategia creativa...



Componentes básicos del proceso estratégico

Para establecer una buena planificación debemos plantear un conjunto de objetivos, los cuales para que sirvan, deben tener ciertas características.

Los objetivos deben ser:

- Claros y específicos
- Formulados por escrito
- Ambiciosos pero realistas
- Congruentes entre sí
- Susceptibles a medición cuantitativa
- Flexibles
- Realizados en un período de tiempo



- Lo ideal es recabar la opinión de todas aquellas personas que puedan estar involucradas en la consecución de esos objetivos.

Poca utilidad tiene fijar objetivos que no se puedan cumplir. Pero igualmente inútil resulta determinar objetivos demasiado fáciles de alcanzar. Por ello, los mejores objetivos son los que presentan una dificultad intermedia o moderadamente elevada.

- Los objetivos deben ser medidos de acuerdo a variables previamente establecidas, estas pueden ser:



**Por ventaja real del
producto.**



**Por resultados
concretos**
(cupones, llamadas,
etc.)



**En términos de
efectos de
comunicación**
(cambios de conciencia,
de conocimiento,
preferencias, convicción
por parte del mercado
meta, etc.)