

MARKETING = MERCADEO



1 Marketing = Mercadeo



¿QUÉ ES EL MERCADO?



- **El Mercado**, es el lugar donde intervienen compradores y vendedores; para intercambiar productos o servicios.

¿QUÉ ES EL MARKETING O MERCADEO?



- **El marketing** identifica las necesidades, gustos y deseos de los clientes y permite al emprendedor analizar qué productos y qué servicios debe producir para satisfacer esas necesidades y gustos de los consumidores y/o clientes.



- **El éxito del emprendedor** es mejorar la manera de hacer las cosas, idearse formas de marcar la diferencia con la competencia.



5 Marketing = Mercadeo

▪ 5 C'S
4 P'S

INVESTIGACION DE MERCADO

¿QUÉ DEBEMOS ANALIZAR?



6 Marketing = Mercadeo

ANÁLISIS COMERCIAL

CONTEXTO
¿Qué cosas son posibles?

CLIENTES
¿Qué quieren los clientes?

COMPAÑÍA
¿Qué podemos hacer rentablemente?

COMPETIDORES
¿Qué podemos hacer mejor que otros?

COLABORADORES
¿Quién quiere ayudarnos?



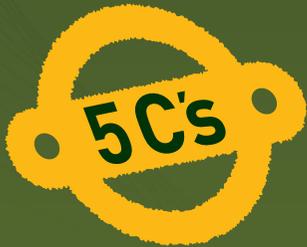
● CLIENTES

¿QUÉ COSAS SON POSIBLES?

¿QUÉ DEBEMOS ANALIZAR?

- ¿Cuál es el tamaño de mercado?
- ¿Existe crisis o auge de la economía del país y de la región donde quiero poner la empresa?
- ¿Cuál es la tendencia de crecimiento?
- ¿Existe algún evento o desastre natural que cambie las condiciones económicas de la región?
- ¿Hay espacio para crecer en el mercado?
- ¿La industria esta creciendo?
- ¿La industria está saturada (muy llena)?
- ¿La industria está decreciendo?
- ¿Cuál es el costo de transporte y distancias en la región?





● CLIENTES

¿QUÉ QUIEREN LOS CLIENTES?

- ¿Quién es mi cliente?
- ¿Cuál es la Edad, Nivel de estudios, y Nivel socio-económico del cliente?
- ¿Cuáles son las preferencias y gustos del cliente?
- ¿Cuál es el principal problema o necesidad del cliente?
- ¿Cuáles de sus necesidades pueden ser cubiertas por los productos o servicios de esta empresa?
- ¿Cuáles son sus costumbres?
- ¿Cuál es el medio donde viven?
- ¿Cuál es la tendencia del mercado (moda, gusto, necesidad)?
- ¿Qué es lo que los clientes esperan de este tipo de producto o servicio? Calidad o precios bajos?

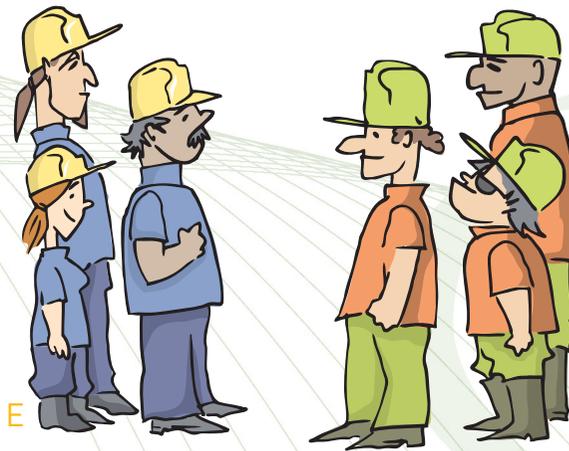


• COMPAÑÍA

¿QUÉ PODEMOS HACER RENTABLEMENTE?

- Localización
- Actividad
- Figura legal
- Posición que se desea alcanzar (visión y misión)





◆ C O M P E T I D O R E

¿QUÉ PODEMOS HACER MEJOR QUE OTROS?



10 Marketing = Mercadeo



- ¿La competencia es exitosa en este mercado?
- ¿La competencia provee un producto o servicio similar?
- ¿Cuál es la participación de mercado de mis tres mas grandes competidores en el mercado?
- ¿Cuál es el precio de los productos de la competencia?
- ¿Cuáles son las estrategias de promoción?
- ¿Cuáles son sus canales de distribución y puestos de venta?

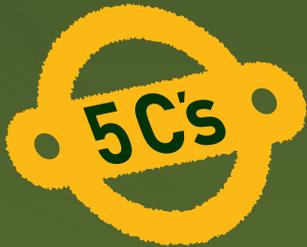


◆ COMPETIDORES

¿CÓMO PUEDO ALCANZAR EL ÉXITO EN ESTE MERCADO?



11 Marketing = Mercadeo



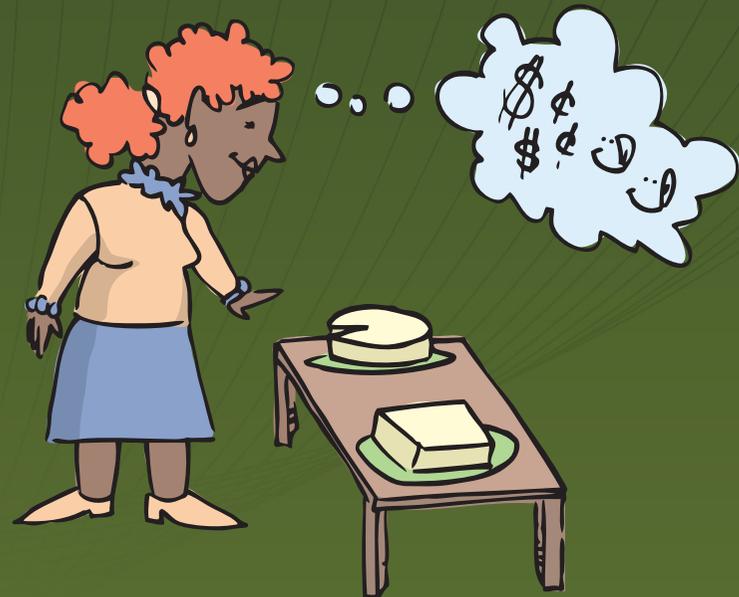
- ¿Cómo esta mi competencia alcanzando ese mercado?
- ¿Es la manera mas efectiva?
- ¿Cuáles son los modos alternos para alcanzar ese mercado?

◆ COMPETIDORES

¿QUÉ PODEMOS HACER MEJOR QUE OTROS?

- En qué se diferencia mi producto o servicio al de la competencia?

- En precios
- En calidad
- En durabilidad
- En cantidad



◆ COLABORADORES

¿QUIÉN QUIERE AYUDARNOS?



colaboradores



- ¿Quién es mi equipo?
- ¿Qué estructura organizacional necesito para la empresa?

5 C'S
▪ 4 P'S

INVESTIGACION DE MERCADO





◆ PRODUCTO

¿QUE VENDO? ¿ES PRODUCTO O SERVICIO?



PRODUCTO

- Es todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su uso ó consumo y que satisface la necesidad o deseo del cliente.
- Puede llamarse producto a: objetos materiales ó bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones ó ideas.



◆ PRODUCTO

¿QUE VENDO? ¿ES PRODUCTO O SERVICIO?

PRODUCTO



- Al producir el producto se podrá definir qué materiales, maquinaria, personal e insumos se necesitan.

● PRODUCTO

¿QUE VENDÓ? ¿ES PRODUCTO O SERVICIO?

¿CUÁL ES MI VENTAJA
COMPETITIVA CON MI
PRODUCTO EN ESTE MERCADO?



18 Marketing = Mercadeo



- ¿Cuál es el valor agregado de mi producto ó servicio?
- ¿Porqué mi producto ó servicio es mejor que los demás?
- ¿Cuál es la razón por la que los clientes compran mi producto y no el de la competencia?



◆ PRODUCTO

¿QUE VENDO? ¿ES PRODUCTO O SERVICIO?

¿DETALLE DEL PRODUCTO?

- Producción del producto.
- Presentación del producto.
- Desarrollo de la marca (Logotipo, Slogan).
- Características del empaque.
- Características de la etiqueta.
- Características del envase.

◆ PRODUCTO

¿QUE VENDO? ¿ES PRODUCTO O SERVICIO?



20 Marketing = Mercadeo

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO



1. Investigación, Desarrollo e Innovación



2. Lanzamiento



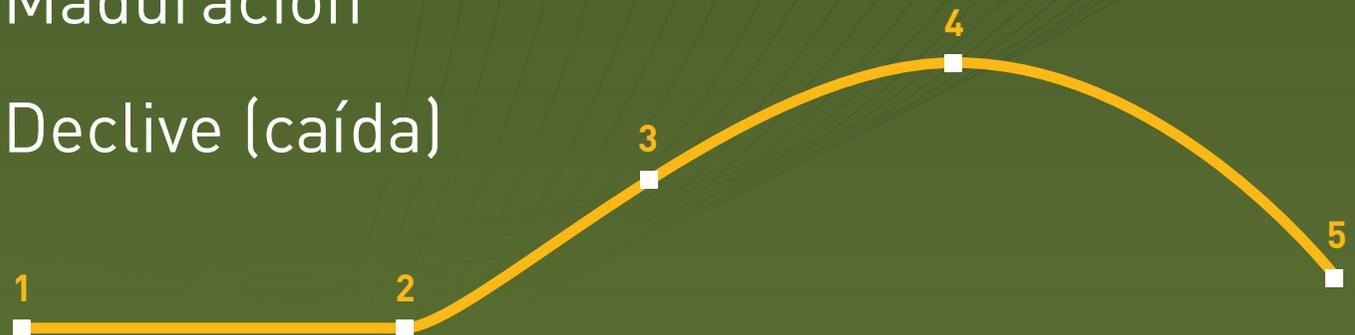
3. Crecimiento



4. Maduración



5. Declive (caída)





◆ PRODUCTO
¿CÓMO DOY A CONOCER MI PRODUCTO?

PROMOCIÓN



- Es comunicar, informar y convencer al cliente en comprar el producto o servicio que vende la empresa.
- Para ello la empresa debe planificar la promoción que es el mensaje de venta.



◆ PRODUCTO

¿CÓMO DOY A CONOCER MI PRODUCTO?

PROMOCIÓN

- Promoción de ventas
- Fuerza de venta (equipo de vendedores)
- Relaciones Públicas
- Visitas personalizadas a cada cliente
- Reuniones
- Comunicación Interactiva
- Marketing directo por mailing,
- Emailing
- Catálogos virtuales
- Webs
- Telemarketing
- Ferias Comerciales

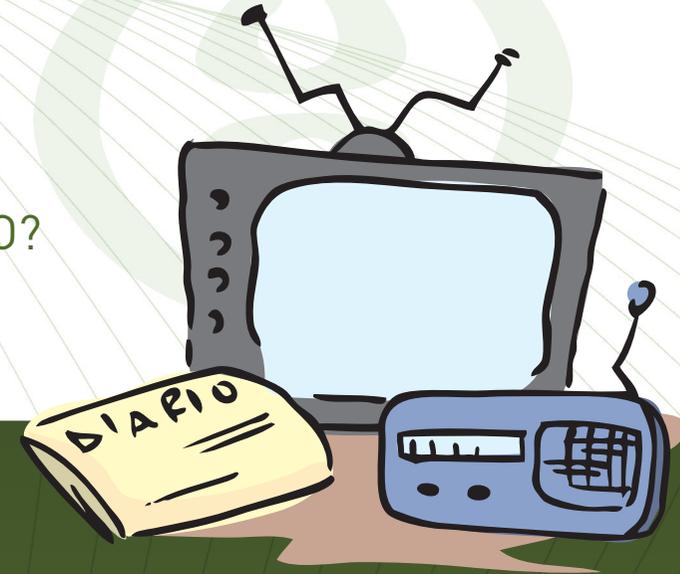




◆ PRODUCTO
¿CÓMO DOY A CONOCER MI PRODUCTO?

PROMOCIÓN

- Publicidad
- Radio
- Tv
- Prensa escrita (periódicos, revistas)
- Volantes





● PUESTO DE VENTA
¿DÓNDE VAN A ENCONTRAR MIS CLIENTES
EL PRODUCTO QUE VENDO?

PUESTO DE VENTA



- Define como se va a entregar el producto o servicio al cliente:
 - ¿Directamente ?
 - ¿Por medio de distribuidores?
 - ¿Venderá en bodega?
 - ¿Venderá a domicilio?
 - ¿Usaré un local comercial?
 - ¿Dónde se ubicará?

● P U E S T O D E V E N T A
¿DÓNDE VAN A ENCONTRAR MIS CLIENTES
EL PRODUCTO QUE VENDO?



PUESTO DE VENTA

- Los productos deben llegar:
 - Al lugar adecuado
 - En el momento adecuado
 - En las condiciones adecuadas



- P R E C I O
¿CUÁNTO PAGARÁN MIS CLIENTES
POR EL PRODUCTO O SERVICIO?

PRECIO

- Es el monto monetario de intercambio en la compra y venta de productos o servicios.





- P R E C I O
¿CUÁNTO PAGARÁN MIS CLIENTES
POR EL PRODUCTO O SERVICIO?

PRECIO

- Existen varias formas de fijación de precios:
 - Si define su precio por costo, sume todos los costos anteriores: Producto (materiales, maquinaria, personal e insumos), promoción y plaza, al número que le salga, súmele el porcentaje de utilidad (o ganancia) que desea.
 - Si fija su precio por mercado, investigue cuánto cuestan los bienes y servicios similares y tome una decisión.



● P R E C I O

IMPORTANCIA DEL PRECIO



28 Marketing = Mercadeo



- Es un poderoso instrumento competitivo en un mercado en el que existen pocas regulaciones.
- Es el único instrumento que proporciona una entrada de dinero ya que los restantes instrumentos de Marketing son una salida de dinero para la empresa.
- Tiene importante influencia psicológica sobre el consumidor o usuario.
- Es la única información disponible en muchas decisiones de compra.



29 Marketing = Mercadeo

5 C'S
4 P'S

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

¿QUÉ ES UN ANÁLISIS DE MERCADO



- Es un estudio de:
 - Un problema en particular o una oportunidad de mercado.
 - Las necesidades de un mercado objetivo que requiere de solucionar un problema o una oportunidad.
 - Ideas para el mercadeo de un producto en particular o un servicio que satisfaga las necesidades de un mercado objetivo.

¿CUÁNDO DEBO REALIZAR UN ANÁLISIS DE MERCADO?

- Cuando se está iniciando un negocio.
- Cuando se está entrando a un mercado nuevo.
- Cuando usted considere agregar un producto nuevo o servicio .

¿PORQUÉ DEBO REALIZAR UN ANÁLISIS DE MERCADO?

- Para minimizar el riesgo de su negocio.
- Para entender los problemas y las oportunidades.
- Para identificar las oportunidades de ventas.
- Para planificar su mensaje de venta .





COORDINACIÓN:

REALIZACIÓN:

33 Marketing = Mercadeo



■ CODEMIC-ESQUEL
www.esquel.org.ec

■ CATAPULTA
www.catapulta.ec