

MARKETING

LAS 4 PS DE LA MEZCLA DE MERCADEO

PRODUCTO



PLAZA



PRECIO



PROMOCIÓN





PRODUCTO

Definir Producto o Servicio

Habla de Beneficios más que Características

Aspectos importantes en la definición de su producto o servicio

- Definir el nicho del producto o servicio
- Saber si es nuevo, conocido o innovador
- Si es una necesidad o querencia
- Si es un servicio o producto
- Si la compra es planificada o impulsiva
- Si el valor del producto o servicio es caro o económico
- Si la venta es frecuente (repetitiva) versus infrecuente (remodelar casa) o en el medio

Definir el Perfil del Cliente

Creando la persona y establecer la audiencia

Busca los elementos más relevantes cuando se define a la persona (o cliente ideal)

- Datos demográficos
- Psicográfica y estilos de vida
- Valores, motivaciones, aspiraciones
- Puntos de dolor
- Hábitos de consumo de media

Importancia de definir como el producto o servicio produce un beneficio al cliente

- Tu audiencia necesita entender claramente si tu producto o servicio es:
 - Relevante
 - Único
 - Recordable
 - Comprable (es diferente a la competencia)
- ¿Se puede comunicar el posicionamiento del producto o servicio de una manera emocional?



Definir Producto o Servicio



Definir el Perfil del Cliente



Definir como el producto o servicio produce un beneficio al cliente



PLAZA

POSICIONAMIENTO Y ESTABLECIMIENTO DE LA MARCA LA COMUNICACIÓN DE MERCADEO

Crear necesidad y motivación:

¿Cuál es la motivación principal para la persona de comprar mi producto o servicio?



EJEMPLO DE POSICIONAMIENTO:

Un restaurante de comida rápida tratando de posicionarse como una opción de comida saludable sin cambiar sus opciones en su menú y sus ingredientes.

¿Creen que este posicionamiento es efectivo o inefectivo?

La idea es elevar el estado de la necesidad de un beneficio funcional a un beneficio emocional.



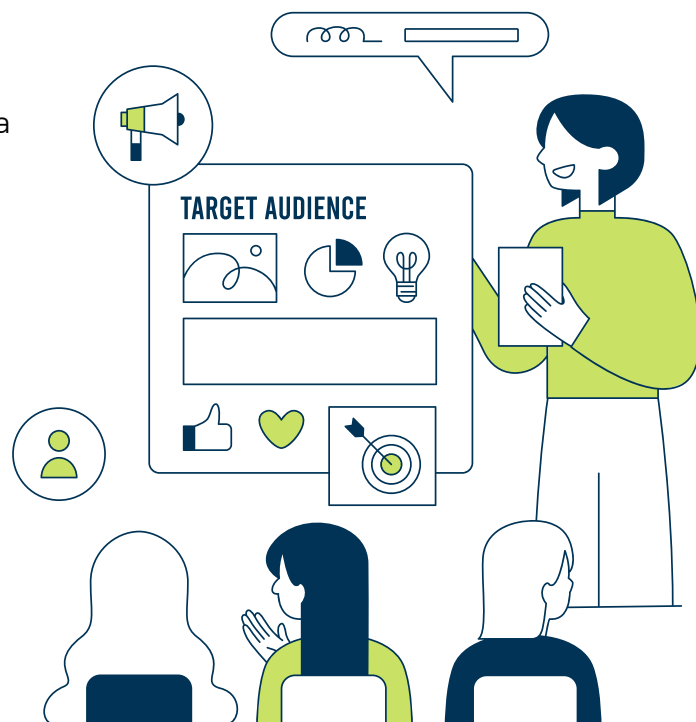
PROMOCIÓN

Estrategias de Mercadeo Digital

Es necesario revisar las estrategias de negocios para guiar la comunicación de mercadeo.

¿Cuál es el objetivo?

- Atraer nuevos clientes versus incrementar la lealtad de a clientela actual
- Crear reconocimiento de su negocio
- Establecer una buena reputación
- Activar que se corra la voz de su negocio
- Definir si es un negocio nuevo versus existente
- Decir si el producto es nuevo versus conocido
- Mejorar la disponibilidad para clientes nuevos o existentes (ampliar territorio o horas)
- Incrementar el reconocimiento en las redes o en estrategias de ventas





PROMOCIÓN

SELECCIONAR LA PLATAFORMA DE SOCIAL MEDIA

Plataformas de media:

Para seleccionar la plataforma de media más apropiada para mi negocio y mi audiencia es importante conocer como el mercadeo digital funciona como parte la mezcla de mercado (producto, plaza, precio y promoción).

Plataformas de media y promoción

- Volantes promocionales – en personal o por correo
- Esfuerzo de venta en persona, correr la voz de forma orgánica
- Ferias, opiniones y recomendaciones de clientela
- Visitas a centros comunitarios
- Buscar espónsor.



PLATAFORMAS DIGITALES:

- **Página web**
- **Instagram**
- **Facebook**
- **Google**
- **YouTube**
- **Tiktok**
- **Snapchat**





PROMOCIÓN



CREANDO MENSAJES Y GENERANDO CONTENIDO: AÑADIENDO VALOR Y CAPTURANDO ATENCIÓN



Trabaja en construir tu marca buscando un mensaje que vaya más allá de comparar más y de promover.



Usar contenido gratuito como estrategia de mercadeo conectando con tus clientes con tu marca y creando buenas relaciones.



Apoyar causas sociales ayudan a construir tu marca y a crear captividad.



Tener cuidado con el uso de social media repostando contenido de otras personas conocidas.



Usar contenido a través de distintas plataformas.



Piensa en el tipo de mensaje que quieres compartir con tu clientela que pueda transmitir el valor de tu producto o servicio y capturar la atención de tu clientela.



PROMOCIÓN

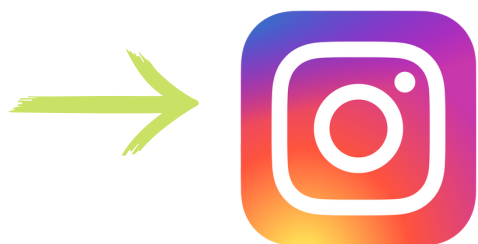
TIPOS DE REDES SOCIALES:

Facebook



- **Visibilidad Amplia:** Ideal para compartir actualizaciones de noticias, artículos y detrás de escenas del negocio.
- **Versatilidad:** Permite contenido atractivo, anuncios dirigidos y creación de comunidades a través de grupos.
- **Conexión con Clientes:** Excelente para llegar a millennials mayores.

Instagram



- **Enfoque Visual:** Con más de mil millones de usuarios, es perfecto para fotos de productos, contenido generado por usuarios y procesos creativos.
- **Interactividad:** Utilice Instagram Stories y Reels para contenido atractivo y visualmente impactante.
- **Audiencia Joven:** Involucre a millennials y la Generación Z.

Youtube



- **Dominio de Video:** Con más de dos mil millones de usuarios mensuales, ofrece alcance significativo.
- **Contenido Informativo:** Cree tutoriales, testimonios, y demostraciones de productos.
- **Lealtad del Público:** Ideal para mostrar experiencia a través de contenido educativo y entretenido.

Pinterest



- **Búsqueda Visual:** Plataforma para inspiración e ideas, especialmente efectiva para productos visualmente atractivos.
- **Audiencia Principal:** Cree paneles de estilo de vida y colecciones de imágenes.
- **Optimización de Contenido:** Comparta imágenes de productos, infografías y consejos de estilo de vida.

TikTok



- **Crecimiento Explosivo:** Con más de mil millones de usuarios activos, es conocida por contenido creativo y breve.
- **Audiencia Joven:** Muestre la personalidad de la marca y participe en tendencias.
- **Autenticidad y Creatividad:** Clave para conectar con el público.

CONSEJOS FINALES:

- **Plataformas Relevantes:** Elija donde su público objetivo prospere.
- **Calidad sobre Cantidad:** Cree contenido atractivo adaptado a cada plataforma.
- **Coherencia:** Mantenga un cronograma de publicaciones regular.
- **Interacción:** Responda a comentarios y participe en conversaciones.
- **Análisis y Adaptación:** Ajuste su estrategia según los resultados y el impacto en ventas.