



 **IdeaWorks**
INTERNATIONAL

SV • HN • GT • NI • CR

Necesidades, deseos y demandas



Marketing:

Definición del término por expertos:

Inventado para **satisfacer las necesidades** del mercado a cambio de beneficio para las empresas que se sirven de ella para desarrollarse.

Philip Kotler un proceso administrativo y social gracias al cual determinados grupos o individuos obtienen lo que necesitan o desean a través del intercambio de productos o servicios.

Jerome McCarthy es la realización de las actividades que pueden ayudar a que una empresa consiga las metas que se ha propuesto, pudiendo anticiparse a los deseos de los consumidores y desarrollar productos o servicios aptos para el mercado.

John A. Howard, un proceso en el que es necesario comprender las necesidades de los consumidores, y encontrar qué puede producir la empresa para satisfacerlas.

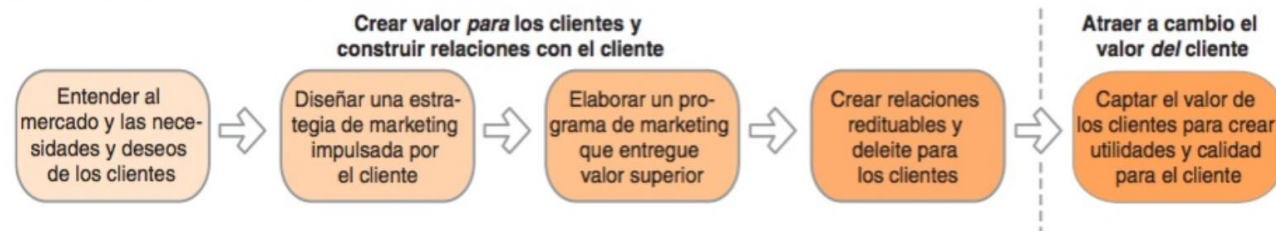
Concepto de Marketing

- Para muchos marketing se identifica con ventas.
- Es evidente que vender con márgenes amplios y generar rentabilidades elevadas es el objetivo último de las empresas.
- Sin embargo, el vocablo marketing en su acepción actual, implica muchas más actividades que las incluidas en el proceso de la venta. (Véase en la Figura 1.1 las actividades incluidas en el proceso de marketing.)
- El marketing se puede definir como el arte o la ciencia de identificar, conquistar, fidelizar y desarrollar clientes.

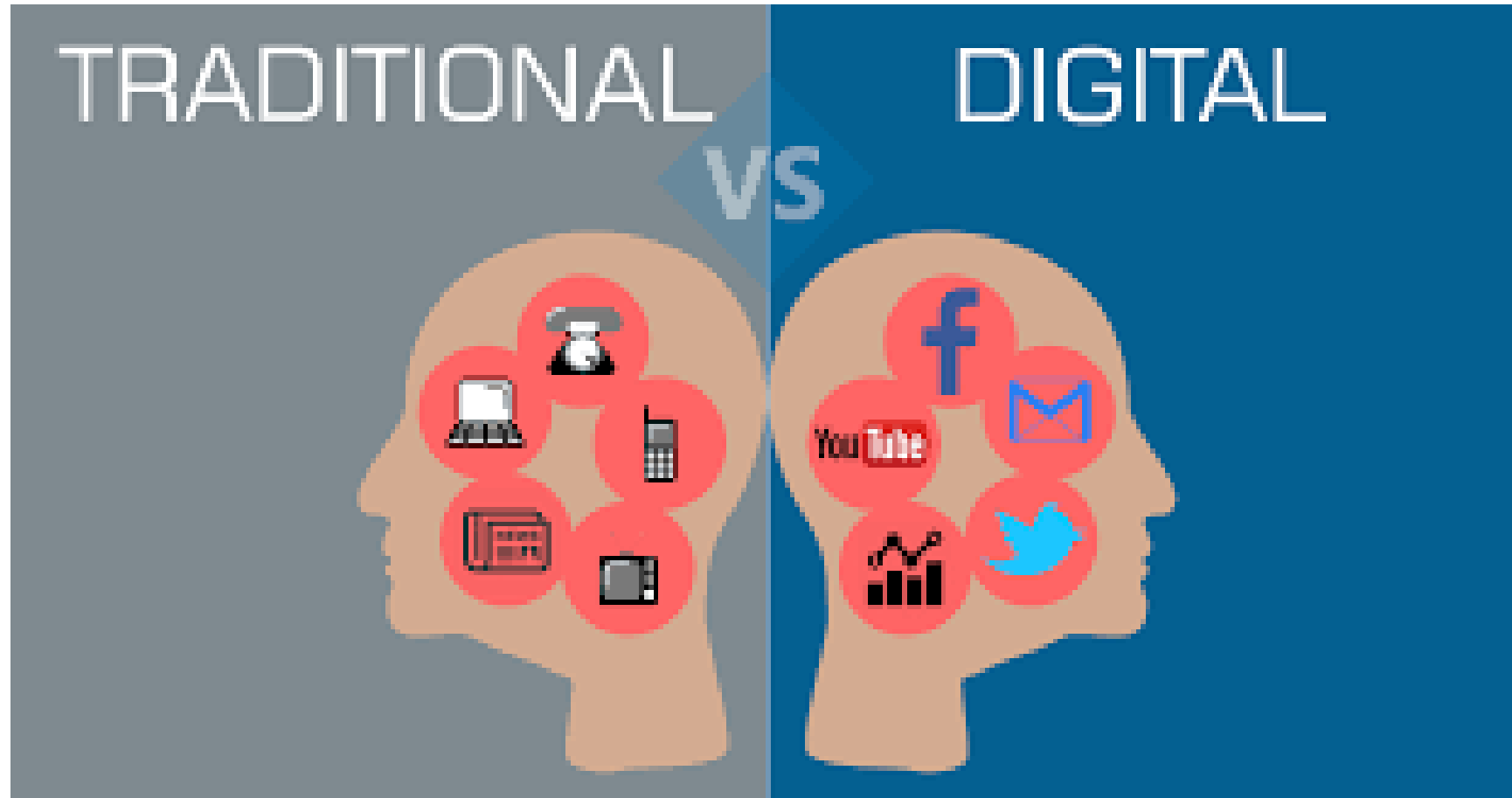
Proceso del Marketing

Consta de 5 pasos. En los primeros cuatro pasos la empresa trabaja para entender a los consumidores, crear valor para el cliente. En el último paso cosecha los beneficios de crear valor obteniendo a cambio clientes a largo plazo

FIGURA 1.1 Modelo simple del proceso de marketing



Marketing Tradicional / Marketing Digital



Marketing Tradicional



Tiene como principal y único objetivo las ventas inmediatas, olvidando la relación entre la marca y el cliente.

Es decir, el **marketing tradicional** se basa en estrategias de promoción agresivas como ventas directas, televisión, radio, correo y medios impresos (como revistas, libros, periódicos, entre otros), centrandó su atención en el producto o servicio.

Marketing Digital

Marketing Digital



El **marketing digital** es una forma de marketing que se basa en utilizar recursos tecnológicos y medios digitales para desarrollar comunicaciones directas, personales y que provoquen una reacción en el receptor. Fundamentalmente el marketing digital utiliza y se hace presente en medios como internet, telefonía móvil, televisión digital e incluso los videojuegos.

El **Marketing Digital** ha dado un gran salto y un paso importante dentro del Marketing tradicional.

Las personas deseosas de estar cada vez mejor informadas y conocer lo último del mercado, ha dado paso a que las empresas estén en la necesidad de actualizarse y renovarse constantemente y a su vez de informar en el medio más óptimo y eficaz de la disponibilidad de ese producto en el mercado.

El cambio en el comportamiento del cliente



Las necesidades y deseos de los consumidores son ilimitados y, por lo tanto, no se pueden satisfacer por completo.

En vista de ello, tenderá a escoger aquella alternativa (bien o servicio) que maximice su satisfacción.



La utilidad de un producto consiste en la satisfacción generada al consumidor. A medida que se adquieren más unidades de un producto, la utilidad total disminuye.

Presente en muchas **estrategias comerciales**.



Los consumidores son perfectamente racionales al tomar una decisión de compra, lo cual significa que sus decisiones se toman en forma independiente (sin que influyan los demás) y que sus preferencias son constantes a lo largo del tiempo.



.Compra las **combinaciones** más adecuadas de todos los productos que necesita.

Sostiene que los consumidores son **racionales** al tomar la decisión de compra.

El Comportamiento de los Clientes = Tipos de Marketing

	MARKETING 1.0	MARKETING 2.0	MARKETING 3.0
Año Desencadenante Social	1900 Revolución Industrial	1990 Excesiva Oferta	2010 Concienciación Social
¿Cuál es el foco del Marketing?	La Calidad del PRODUCTO	La importancia del CLIENTE	El CUIDADO del Entorno
¿Qué quieren destacar?	Su Precio y Calidad	Su Atención	Sus Valores
¿A dónde se dirige?	A la Mente	Al Corazón	Al Alma
¿Qué Quiere despertar?	Interés	Emoción	Empatía
Objetivo Final	Posicionar el Producto	Fidelizar al Cliente	Crear una Comunidad
La Empresa quiere ser vista	Práctica y Rentable	Fiable y Cercana	Responsable y Concienciada
Frase que lo resumiría	"Busque, compare y si encuentra algo mejor, cómprelo"	"El cliente siempre tiene razón"	"El concepto clave que debe tener una empresa con MRK 3.0 es: VALORES"

Perfil

- Segmentos
- Datos, y más datos; demográficos, socioeconómicos, localización
- Gustos y preferencias
- Estudios de mercado, Brand awareness, compromiso, engagement, repetición de marca, porqué, cómo, donde, cuando

Estrategia basada en el Cliente

El Perfil de los Clientes



**El consumidor
ha cambiado**



JAN
2020

DIGITAL AROUND THE WORLD IN 2020

THE ESSENTIAL HEADLINE DATA YOU NEED TO UNDERSTAND MOBILE, INTERNET, AND SOCIAL MEDIA USE

TOTAL
POPULATION



7.75
BILLION

URBANISATION:
55%

UNIQUE MOBILE
PHONE USERS



5.19
BILLION

PENETRATION:
67%

INTERNET
USERS



4.54
BILLION

PENETRATION:
59%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



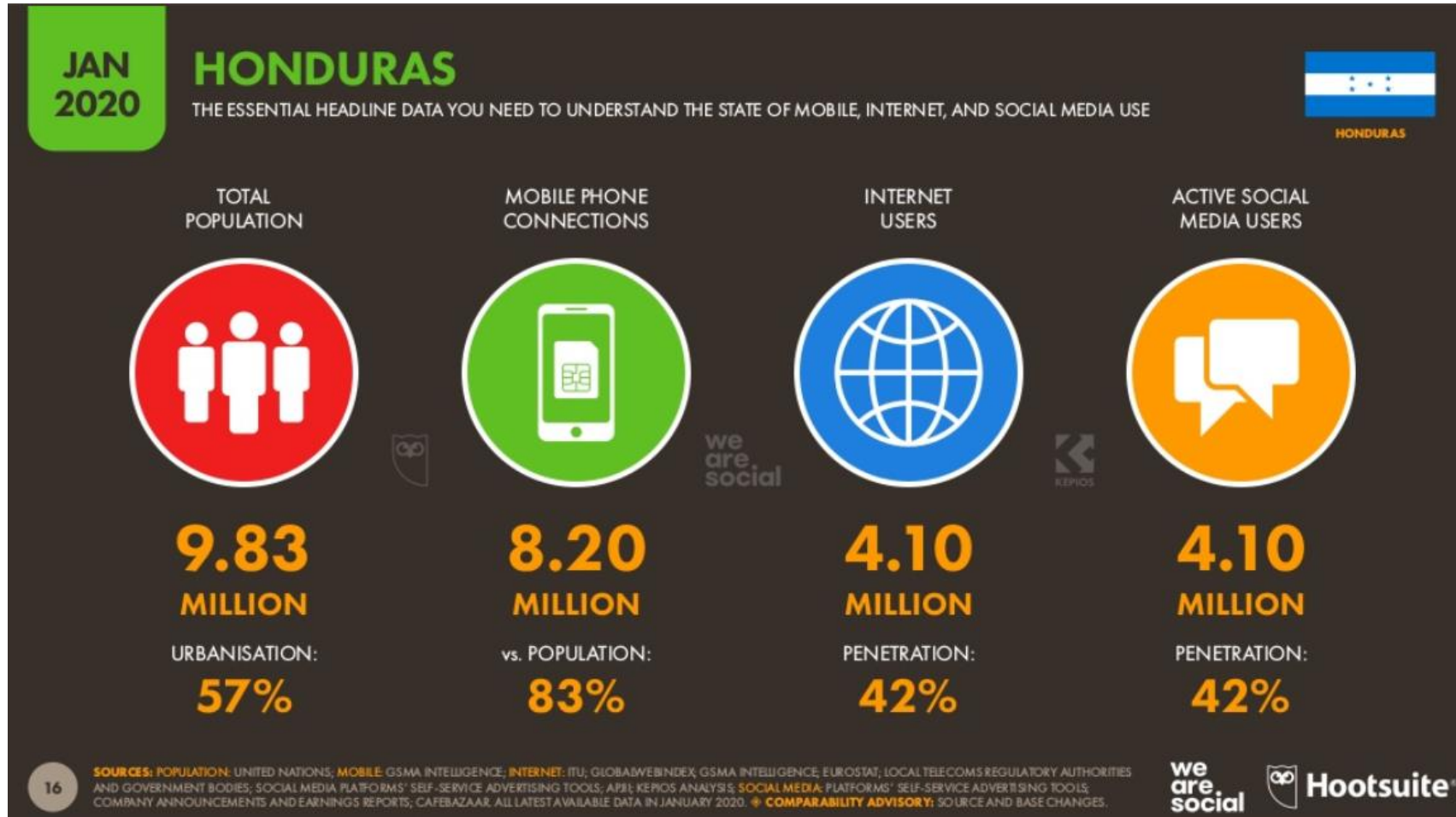
3.80
BILLION

PENETRATION:
49%

SOURCES: POPULATION: UNITED NATIONS; LOCAL GOVERNMENT BODIES; **MOBILE:** GSMA INTELLIGENCE; **INTERNET:** ITU; GLOBALWEBINDEX; GSMA INTELLIGENCE; LOCAL TELECOMS' REGULATORY AUTHORITIES AND GOVERNMENT BODIES; APJII; KEPIOS ANALYSIS; **SOCIAL MEDIA:** PLATFORMS' SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS; COMPANY ANNOUNCEMENTS AND EARNINGS REPORTS; CAFEBAZAAR; KEPIOS ANALYSIS. ALL LATEST AVAILABLE DATA IN JANUARY 2020. **COMPARABILITY ADVISORY:** SOURCE AND BASE CHANGES.



Uso de Internet en Honduras

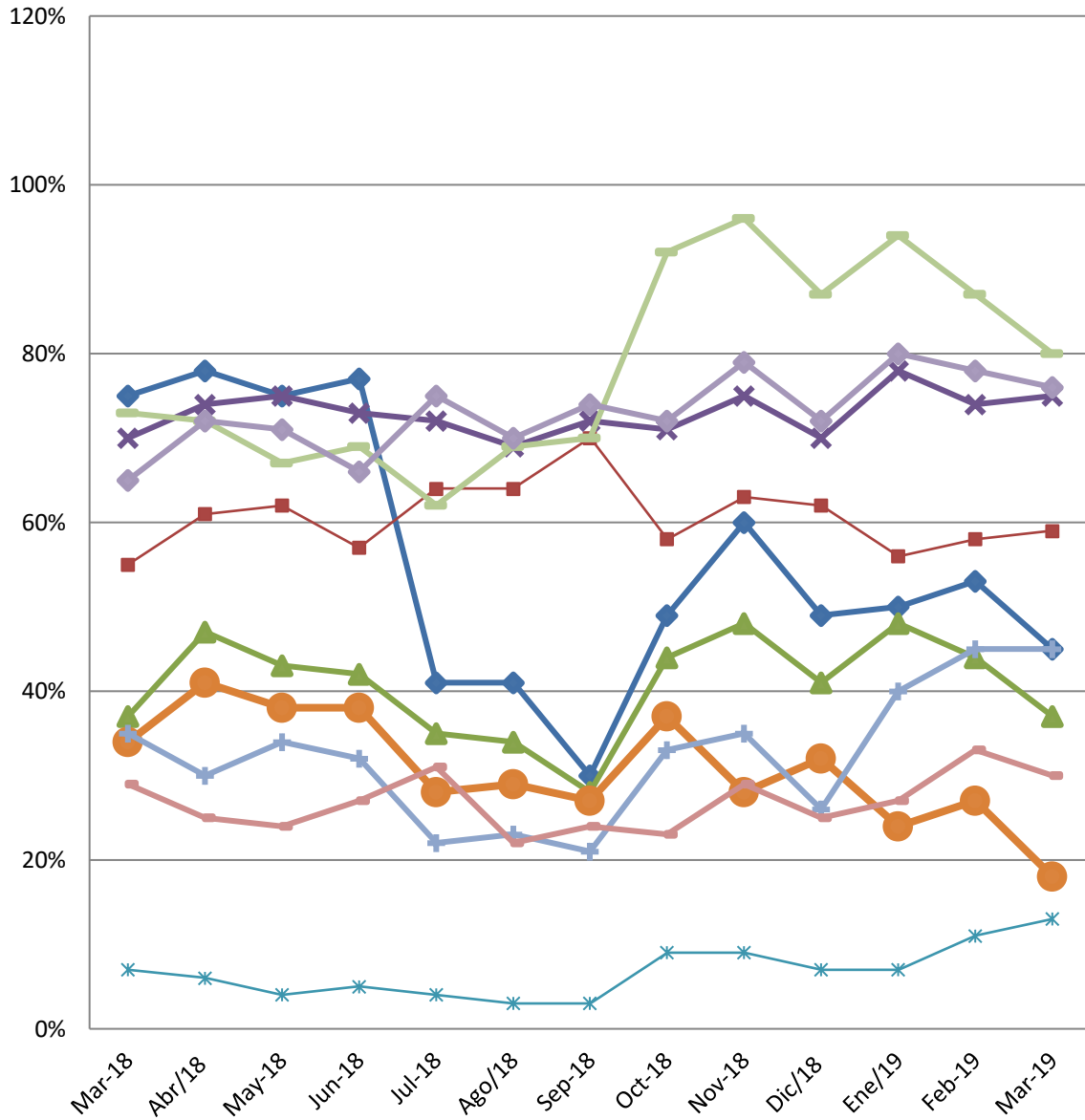


Uso de Redes Sociales en Honduras

EL **81.3** UTILIZA **FACEBOOK** COMO RED SOCIAL PREDILECTA



Fuente: Ilifebelt



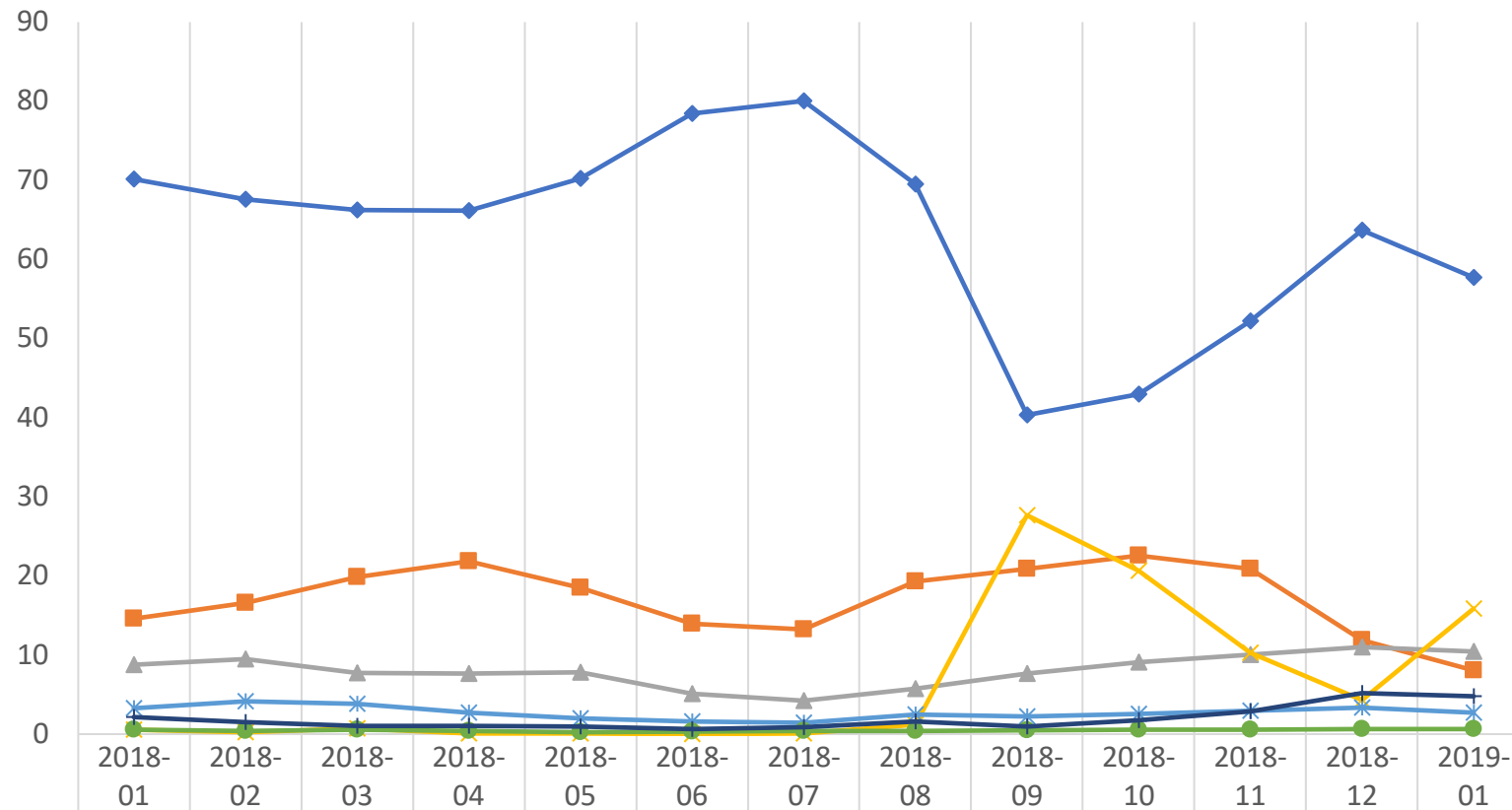
- ◆ Ve televisión nacional o local: Si
- Ve televisión por cable: Si
- ▲ Escucha la radio, aunque sea en el transporte público: Si
- ✕ Tiene acceso a internet: Si
- * Lee Revistas: Si
- Lee periódicos impresos: Sí
- + Lee periódicos por Internet: Sí
- Va al cine: Si
- Ve publicidad en la calle: Si
- ◆ Tiene un Smartphone: Si

Hábitos de uso de medios 2019





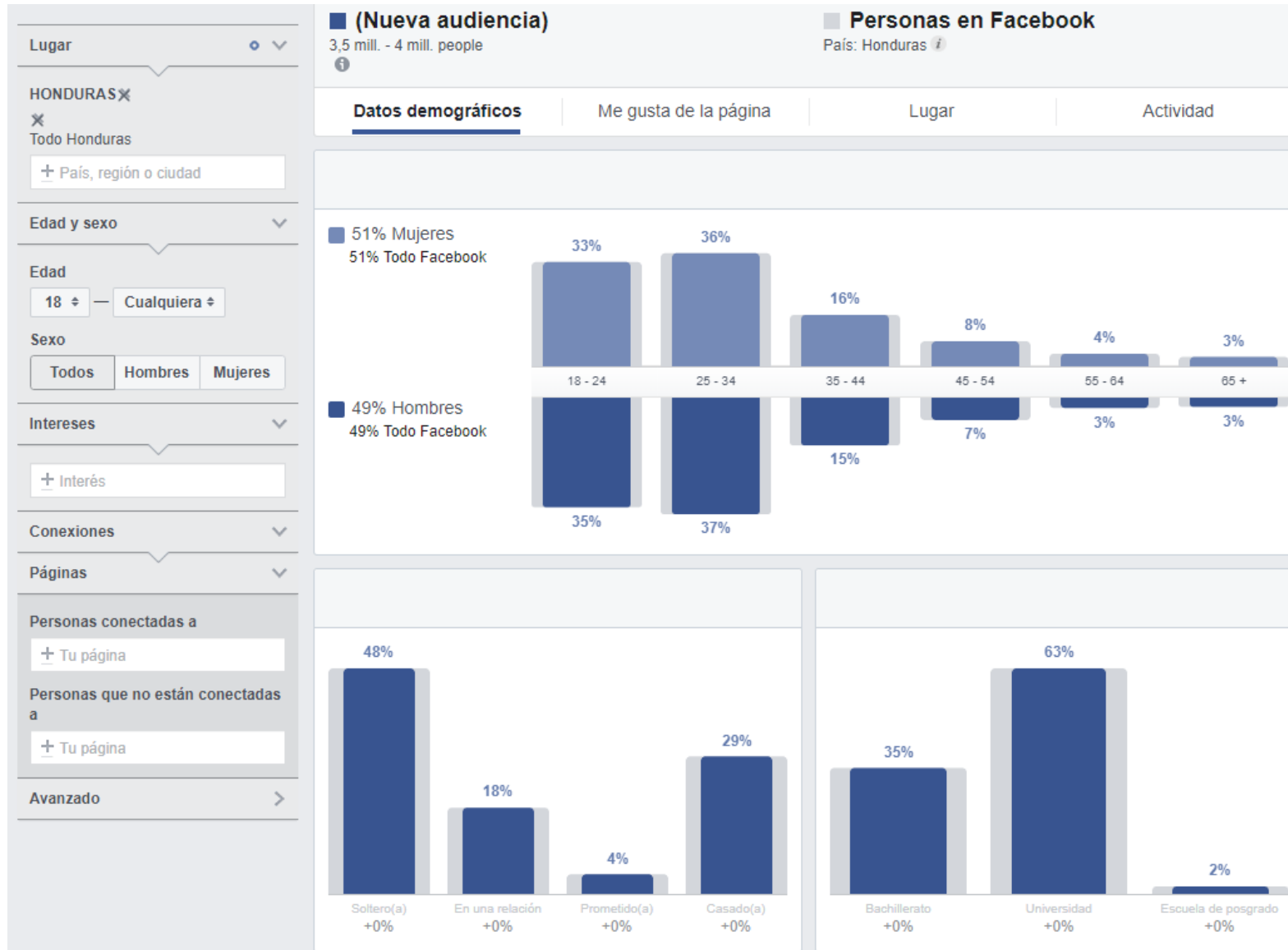
TÍTULO DEL EJE




	2018-01	2018-02	2018-03	2018-04	2018-05	2018-06	2018-07	2018-08	2018-09	2018-10	2018-11	2018-12	2019-01
Facebook	70.14	67.57	66.19	66.11	70.21	78.4	80.02	69.51	40.35	42.94	52.16	63.63	57.66
YouTube	14.54	16.56	19.8	21.86	18.49	13.94	13.19	19.24	20.84	22.55	20.91	11.88	8.08
Pinterest	8.73	9.5	7.76	7.61	7.83	5.13	4.18	5.75	7.68	9.08	10.06	10.96	10.46
Vkontakte	0.56	0.2	0.71	0.11	0.05	0.02	0.09	1.2	27.62	20.61	10.27	4.3	15.87
Twitter	3.25	4.11	3.83	2.7	2	1.59	1.46	2.43	2.2	2.55	2.95	3.33	2.7
LinkedIn	0.51	0.41	0.51	0.41	0.2	0.3	0.35	0.41	0.46	0.51	0.56	0.61	0.66
Instagram	2.13	1.48	1.03	1.06	0.92	0.59	0.86	1.57	0.96	1.72	2.86	5.19	4.75

Hábitos de uso
de medios
digitales
C.A. 2019

Facebook en Honduras



Redes Sociales y su Uso

TU MARCA EN LAS DIFERENTES #REDESSOCIALES						yf
						
<p>DARTE A CONOCER</p> <p>GANAR VISIBILIDAD</p> <p>FIDELIZAR CLIENTES</p> <p>COMUNICAR PROMOCIONES</p>	<p>CREAR CONTENIDO DE CALIDAD</p> <p>VÍDEOS SOBRE TU MARCA O PRODUCTO</p> <p>LLEGAR DE MANERA DINÁMICA AL CLIENTE</p>	<p>SABER QUÉ SE DICE DE SU MARCA</p> <p>SERVICIO AL CLEINTE POSTVENTA</p> <p>DIALOGAR CON LOS USUARIOS</p>	<p>BUSCAR NUEVAS COLABORACIONES</p> <p>RELACIONES CON OTRAS MARCAS</p> <p>CREAR IMAGEN CORPORATIVA</p>	<p>MEJORAR TU POSICIONAMIENTO</p> <p>MOSTRAR TUS PRODUCTOS</p> <p>CAPTAR NUEVOS CLIENTES</p>	<p>DECIDIR EN EL PROCESO DE COMPRA</p> <p>MOSTRAR TUS PRODUCTOS</p> <p>CAPTAR NUEVOS CLIENTES</p>	<p>MOSTRAR TUS PRODUCTOS</p> <p>CREAR UNA COMUNIDAD</p> <p>MEJORAR UNA IMAGEN DE MARCA</p>
						
						

Las Audiencias Digitales en la Actualidad

Análogos

Baby Boomers



Hijos de la 2ª Guerra Mundial

En 2020: 56 a 64 años

Inmigrantes Digitales

Generación X



Juventud de los 80's

En 2020: 41 a 55 años

Nativos Digitales

Milennials



Milennials

En 2020: 20 a 40 años

Generación Z



Generación Internet

En 2020: 10 a 19 años

@Alexa

An
amazon.com
company



2020

Top Sites in Honduras

Facebook.com	3,398,850
Google.com	1,956,548
Youtube.com	1,498,523
Wikipedia.org	1,186,229
Amazon.com	486,694
Yahoo.com	428,761
Microsoft.com	362,325
Mediafire.com	190,942
Slideshare.net	134,715
Msn.com	125,321

Puedo ingresar a la Era Digital?



Más marketing de influencers, más contenido, más videos web y más de lo que hará que los consumidores digitales se involucren con su marca online.

La tecnología ha convertido al mundo en una aldea global en términos de conectar sin el mayor esfuerzo a personas de todas partes del mundo y culturas.

Compartir información hoy en día es más realmente muy fácil, lo que hace que sea mucho más sencillo generar conocimiento del producto o promover su servicio.

Y dado que Internet es una herramienta tan poderosa que se puede utilizar para generar ROI, no se puede ignorar la inversión en marketing digital.

GRACIAS



RAÚL RAMÍREZ
COUNTRY MANAGER
HONDURAS
raul@ideaworks.la
+504 9982-4776