



# MÓDULO 3

## MERCADEO ESTRATÉGICO

# OBJETIVO GENERAL

Adquirir conocimientos básicos sobre mercadeo, así como comprender la relevancia que tiene para sus negocios y a partir de ello, sentar las bases de un plan de mercadeo, considerando criterios de responsabilidad social.

## CONTENIDO

- ¿Qué es el mercadeo?
- El proceso de mercadeo.
- La mezcla del mercadeo.
- Tipos de estrategia.
- Comunicación, marca e imagen.
- Satisfacción de clientes.
- Plan de mercadeo.

# ¿QUÉ ES EL MERCADEO?

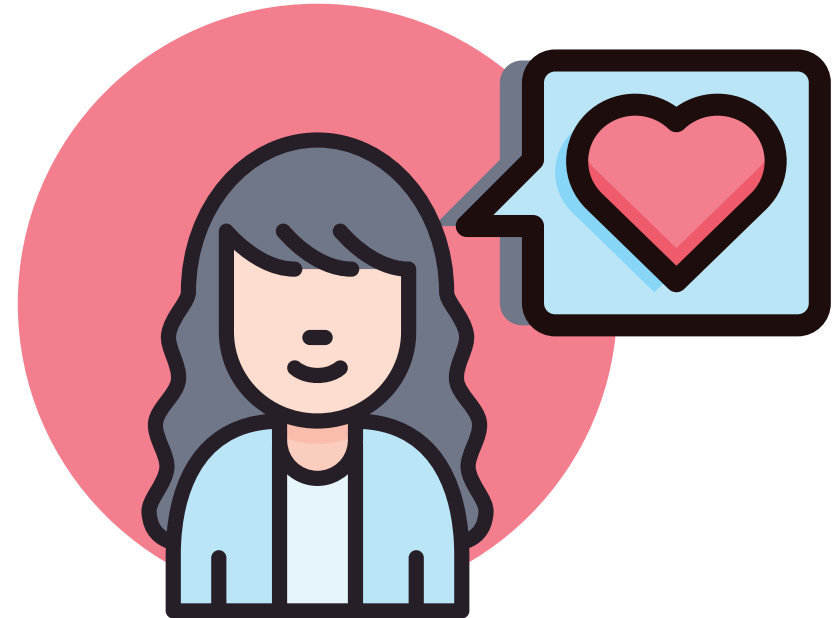


**ES LO QUE  
NO VE**

# ¿QUÉ ES EL MERCADEO?



**La Estrategia**



**Lo intangible**

# ¿CÚAL ES EL PROPÓSITO?



**Fascinación**



**Ilusión**

# ¿QUÉ ES LA COMERCIALIZACIÓN?

**ES LO TANGIBLE**



# PROCESO DEL MERCADEO

1

Entender  
el mercado

2

Diseñar  
una  
estrategia

3

Hacer un  
programa de  
marketing

4

Establecer  
relaciones  
redituables

5

Captar  
valor de los  
clientes

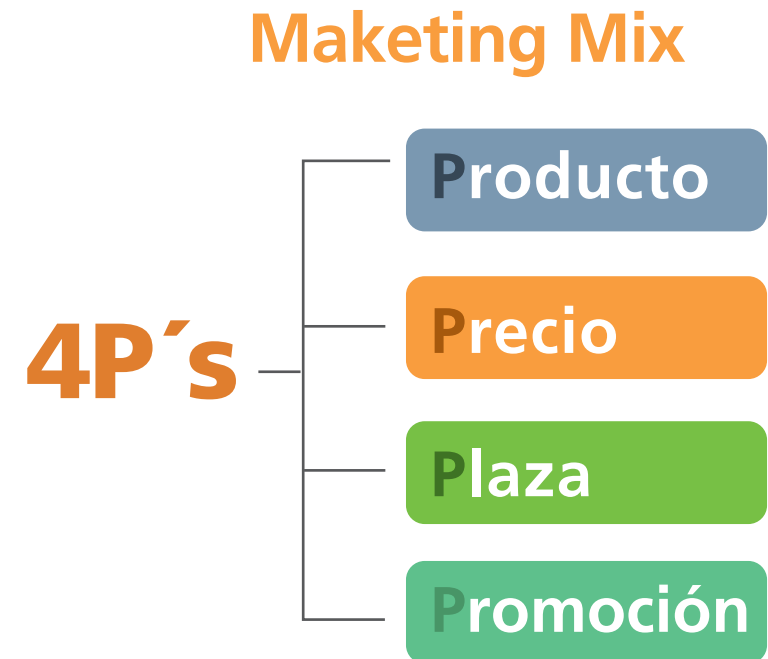
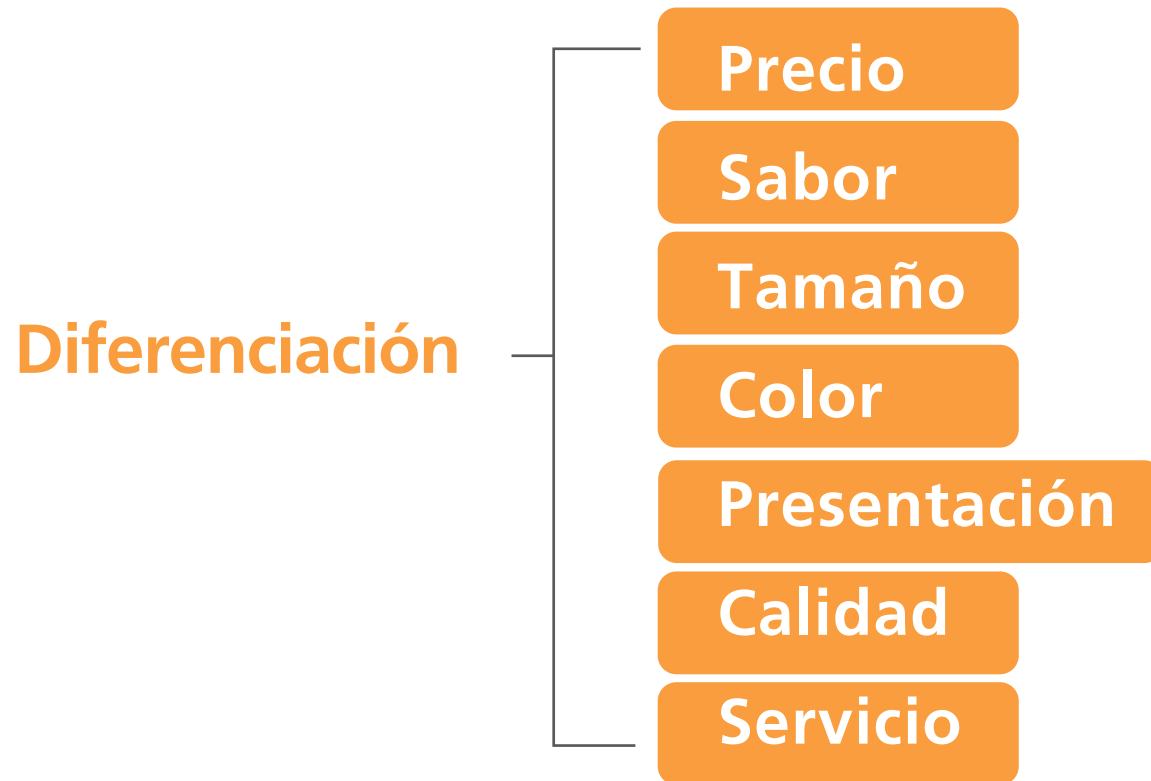
# PERCEPCIONES

Son interpretaciones propias de la realidad. En ellas intervienen nuestros conocimientos, experiencia e historia personal





# ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN



# DE LA IDENTIDAD A LA IMAGEN

Una empresa no comunica solamente a través de su logo, slogan (identidad) y su publicidad; si no a través de la presentación de sus productos, de sus instalaciones y sus colaboradores



# IDENTIDAD DE MARCA

## Propósitos

- Identificación del producto
- Repetición de ventas
- Venta de nuevos productos



# EL MERCADO Y LOS CLIENTES

¿Conoce su mercado y las necesidades de sus clientes?

¿Posee una estrategia de mercadeo?

## Orientación al cliente

- Mercadeo uno a uno
- Base de datos
- Avance de la tecnología
- Mayor diferenciación



# ¿QUÉ ES SERVICIO AL CLIENTE?

“Es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos e internos”



# HABLEMOS DEL CLIENTE

- 1 ¿Quiénes son mis clientes?
- 2 ¿Qué necesidades tienen?
- 3 ¿Qué esperan de mi producto?
- 4 ¿Cuáles son mis competidores?
- 5 ¿Cuáles son sus productos?
- 6 ¿Entonces cuál es mi mercado?

# A CONOCER EL MERCADO Y LA COMPETENCIA

**Características del  
mercado:**  
potencial  
segmentos  
demanda  
tendencias

**Competencia:**  
Fortalezas y  
debilidades  
productos  
precios, ect

# ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

Lo que no se mide, no se mejora

- Muy importante elaborar una encuesta de satisfacción para evaluar el trabajo realizado en cada área
- Encuestas pueden diseñarse a medida
- Utilizar plantillas online (Las hay gratuitas y pagas dependiendo del nivel de personalización)
- Compartir resultados con colaboradores
- Desarrollar compromiso



# INDICADORES

- ✓ Número de Quejas
- ✓ Número de quejas solucionadas
- ✓ Tiempo de Respuesta
- ✓ Número de quejas por productos / servicios emitidos
- ✓ Número de fallas o caídas producidas
- ✓ Número de garantías usadas
- ✓ Número de devoluciones
- ✓ Producto No conforme versus quejas de producto
- ✓ Presupuesto
- ✓ Ejecución de Acciones
- ✓ Clientes repetitivos
- ✓ Auto Evaluación

# ANÁLISIS FODA

Las fortalezas son las características diferenciadoras.

Las oportunidades lo que se puede mejorar.

**FODA**

Las debilidades son las desventajas.

Las amenazas son los factores externos.

# Las estrategias de mercadeo

son procesos que se hacen para tomar ventajas sobre tus competidores, esto es realizado al utilizar diferentes recursos y aprovechar al máximo tu mercado.



## TACTICAS DE MARKETING

Se deberá concretar como se va a ejecutar la estrategia. Si ésta se basa en diferenciarse de los demás

# ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD

## Objetivos de la publicidad

- 1.- Persuadir
- 2.- Informar
- 3.- Recordar



# PROMOCIÓN ESTRATÉGICA

Tarjetas de  
presentación



Catálogos



**Páginas web**



**Videos**



**Redes Sociales**



**Email o correos**



**Mensajito**



**Chat**

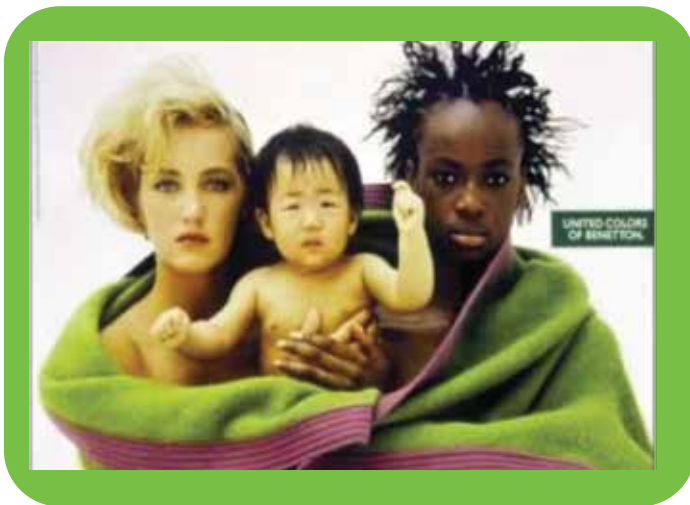
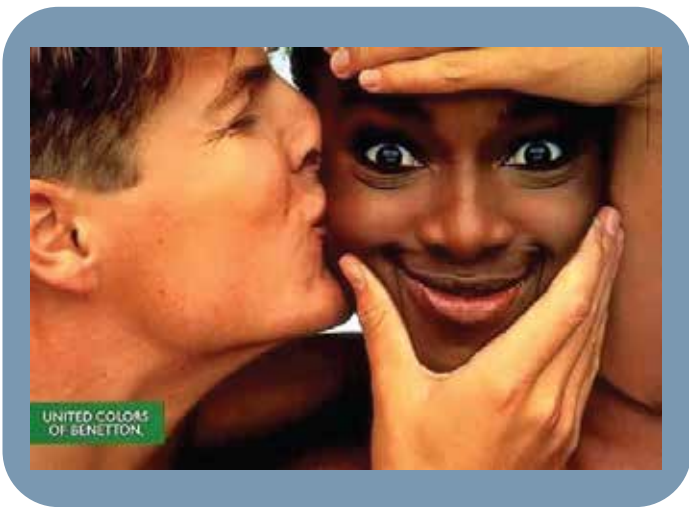


**Brochure**



# COMERCIALIZACIÓN Y MERCADEO RESPONSABLE





**OBJETIVO :**  
Sensibilizarse acerca de la percepción y realidad de su empresa, productos y servicios



# ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN

## PLAN DE MERCADEREO

Objetivos

Acciones

Metas (Periódicas medibles)

Los mecanismos de control

Recursos humanos y financieros

Tempo de realización

MÓDULO 3: MERCADEO ESTRATÉGICO

¡GRACIAS!