**Fundamentos de Marketing Tradicional y Digital.**

Evaluación final

*Julio César Cárdenas*

Estrategia de mercadeo con fundamentos para almacenes “EL DESPERTAR” basado en sus objetivos y situación actual

1.

a) ¿Cuál es la situación actual de Almacenes “El Despertar”?

Almacenes “EL DESPERTAR” Es una empresa con presencia internacional en america latina cubriendo las principales ciudades de los paises donde se encuentra. A lo largo del tiempo ha evolucionado a la par de los clientes, mercado, tecnologia y mercadeo.

Para definir su situacion nos basaremos en las 7P:

* Producto: Almacenes “EL DESPERTAR” actualmente ofrece productos para cubrir las necesidades de un rango amplio de poblacion, desde implementos deportivos (siendo su origen comercial) hasta tecnologia y articaulos del hogar lo que lo convierte en un punto seguro para suplir desde jovenes deportistas hasta profesionales y amas de casa.
* Precio: Aunque en el enunciado de la actividad no hace referencia al rango de precios de Almacenes “EL DESPERTAR” si hace referencia a su disposicion de adaptabilidad y de la importancia que da a su clientela para la planeacion de estrategias lo cual unido a sus años de existencia lleva a pensar que maneja precios competitivos y a la altura de las posibilidades y exigencias del cliente que es quien al final toma las decisiones.
* Plaza: Almacenes “EL DESPERTAR” cubre una plaza amplia de el mercado internacional con presencia en las principales (e intermedias) ciudades de paises como México, El Salvador, Honduras, Colombia, Perú, Uruguay y Argentina. Convirtiendola en una de las tiendas departamentales mas grandes de latinoamerica. Para las personas de dichas ciudades esto representa facilidad de acceso y para las otras representa relacionar a Almacenes “EL DESPERTAR” con desarrollo y concepto de tienda grande de ciudad
* Promocion: Como se dijo anteriormente Almacenes “EL DESPERTAR” ha evolucionado desde su creacion a la par de las tendencias comerciales y demandas de la clientela. Y tiene presencia en medios tradicionales como publicidad impresa, presencia eventual en radio y television y digitales como las redes sociales que se mencionan Facebook, Twitter e Instagram y su tienda virtual.
* Personas: Almacenes “EL DESPERTAR” Tiene un enfoque a muchos segmentos de la poblacion puesto que ofrece productos que satisfacen diversas necesidades tomando en cuenta generos, ocupaciones, gustos entre otros.
* Presencia: Generalmente las redes sociales son usadas como medio de interaccion con el cliente pre y post venta ya sea para sugerencias y/o P, Q, R (Peticiones, quejas y reclamos) sabiendo que Almacenes “EL DESPERTAR” tiene presencia en redes sociales para estar a la par con el desarrollo y evolucion de las formas de comunicación ya conocemos los medios de interaccion con el cliente. Ademas que desde siempre el desarrollo de su estrategia se ha basado en escuchar al cliente.

En cuanto a la empresa competidora basado en las 4 p del mercadeo tradicional tenemos lo siguiente:

* Procesos: Dentro de los procesos a destacar se encuentra el hecho de tener una tienda virtual donde el cliente puede tener acceso a un catalogo de productos y al requerirlo dicho producto puede ser enviado desde cualquier punto sea al domicilio o a la tienda a convenir inclusive si no esta en la existencia de la tienda en cuestion especificamente según los lineamientos y condiciones de la tienda virtual. Siendo Almacenes “EL DESPERTAR” lider desde 1948 y manteniendose hasta la fecha debe tener todos los procesos madurados en lo referente a la logistica.

B) Describir la competencia a partir de las 4 pes del mercadeo tradicional.

Almacenes “Supermax” es el principal competidor de Almacenes “EL DESPERTAR”. Sabemos que tiene mayor presencia debido a los almacenes de diferentes tamaños que tiene en diferentes ciudades y que basa su estrategia en la identificacion del cliente con ellos debido a que se adapta a los gustos y tradiciones de las personas en las regiones donde se encuentra.

* Precio: A pesar de no estar especificado en la informacion referida podemos deducir que el rango de precios que maneja Almacenes “Supermax” es muy similar al que maneja Almacenes “EL DESPERTAR” ya que son su principal competidor y si manejara precios diferentes esto interferiria en el concepto de competencia puesto que precios muy altos no los haria competencia y precios muy bajos serian asociados con baja calidad.
* Producto: Al igual que el punto anterior asi tengamos pocos datos de la competencia solo con el hecho de ser el principal competidor nos ayuda a inferir que los productos y gama de servicios son similares a Almacenes “EL DESPERTAR” ya que tambien es una cadena de almacenes y de manejar productos diferentes no serian competencia uno del otro.
* Plaza: Este es un punto a favor de Almacenes “Supermax” ya que tienen tanto mayor presencia para un segmento mas amplio y variado de la poblacion con sus almacenes de diferentes tamaños en mas puntos de venta y esto le lleva a tener mayor presencia.
* Promoción: La estrategia de la competencia es conseguir afinidad con los clientees adaptandose a su cultura y sus gustos y de esta forma dar a conocer sus promociones , productos y demas aspectos a tomar en cuenta, ademas si se adapta al cliente es de suponer aunque no este especificado es de suponer que tambien maneja redes sociales y todo lo que el cliente tenga en vanguardia y en este momento historico si una empresa quiere ser competitiva o inclusive mantenerse existiendo debe estar a la par de la evolucion y los medios para darse a conocer.

Analisis personal de la situacion actual del negocio.

Almacenes “EL DESPERTAR” se encuentra evolucionando en lo que a mi parecer es un buen momento para ello al igual que para iniciar nuevos proyectos, puesto que gracias a las redes sociales y medios digitales de publicidad, mercadeo y difusion de informacion los clientes tienen facil acceso a los lugares y formas de como suplir sus necesidades y a pesar de ser un medio muy usado para este fin el medio digital la poblacion que lo usa lo convierte en un campo en constante uso donde en todo momento y con la estrategia adecuada habra alguien recibiendo sujestion a conocer y utilizar los servicios promocionados, en este caso la existencia de Almacenes “EL DESPERTAR” para suplementos que pueden complacer un rango alto de poblacion y de necesidades.

En los años que han pasado Almacenes “EL DESPERTAR”se ha mantenido debido a su capacidad de adaptabilidad y el hecho de mantener activas eventualmente las campañas en medios tradicionales lo tiene a la vanguardia sin descuidar las raices para abarcar a un segmento amplio de poblacion debido a que es relativamente nuevo el concepto de mercadeo digital y hay un rango muy amplio de poblacion (En su mayoria de edad avanzada para este caso) que no tiene interes en los medios digitales o redes sociales como señor@s que disfrutan mas de un buen programa de television que de un telefono celular inteligente o de oir las noticias en la radio que de revisarlas online en twitter por ejemplo.

Si Almacenes “EL DESPERTAR” logra encontrar la manera de hacerse no solo el almacen de la ciudad sino parte de la gente parte de el arraigo de las personas de seguro incrementa considerablemente en todo aspecto en cuanto a clientes, seguidores y ventas.

2. ¿Cuáles son los elementos de la estrategia digital de Almacenes “El Despertar” que se han implementado?

Almacenes “EL DESPERTAR” cumpliendo con su premisa de escuchar al cliente y evolucionando a la par de las personas del segmento de la poblacion en el cual se interesa tiene presencia actualmente en redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter asi como su pagina WEB y la tienda virtual. Estos medios hacen que la presencia de Almacenes “EL DESPERTAR” se mantenga en la poblacion de tradicion y en los nuevos prospectos de clientes ya que la poblacion adulta joven es una poblacion que ha crecido a la par de estos medios.

Tener presencia en la red social facebook donde hay una interacion mas amena con el cliente permite tener 24/7 un buzon de sugerencias, un lugar de P,Q,R (Peticiones, Quejas y Reclamos) que con la debida atencion pueden significar al cliente la satisfaccion de ser escuchado y donde sin duda le va a generar confianza en union con los procesos presenciales de la empresa teniendo productos de buena calidad y cumplimiento de garantias lograran que a la hora que el cliente quiera comprar de manera segura donde su opinion importe y sepa que sin importar la situacion al final del dia estara satisfecho piense de inmediato en Almacenes “EL DESPERTAR” sobre cualquier competencia y los mediosTwitter e Instagram donde las personas pretenden estar informados ya sea de comercio, farandula u ocio garantiza a la empresa una percepcion de formalidad ante el cliente quien lo va a asociar con cumplimiento y si los contenidos de Instagram estan de la mano con las promociones, imagenes, colores comerciales, lenguaje e interaccion en general con el cliente llevara a la inminente relacion y equilibrio entre moda y tradicion permitiendo que la gente mediante campañas donde realcen el timepo brindando servicio en el mercado y la capacidad de adaptabilidad confiar y estar seguros de visitar Almacenes “EL DESPERTAR”.

Mencionada la existencia de pagina WEB de Almacenes “EL DESPERTAR” aunque no este en la informacion proporcionada pero con el conocimiento de Almacenes “EL DESPERTAR” y su interes por llegar a mas personas con decisiones inteligentes y actuales podriamos hablar de las herramientas de SEM como Google Adwords para promocionar su negocio y tener alta presencia en buscadores. Dendro de las ventajas que tiene Almacenes “EL DESPERTAR” es su amplio rango de productos donde la selección adecuada de “palabras clave” y las campañas correctamente estructuradas ueden tener presencia activa y constante en los motores de busqueda (en este caso google y asociados) mas usados por la poblacion segmentando por region por ejemplo para que cuando las personas busquen el producto deseado en los lugares donde Almacenes “EL DESPERTAR” tiene presencia este aparezca en un lugar importante dentro de los resultados.

Luego de tomar en cuenta lo relacionado a las redes sociales, tienda virtual y pagina WEB llega la necesidad de hablar de el analisis de resultados, el conocimiento promedio de el uso, funcionabilidad y resultado de la inversion en la estrategia digital y herramientas como Google Analytics permite a Almacenes “EL DESPERTAR” conocer de que manera el publico esta interactuando con su pagina web, los momentos de mayor trafico, los lugares mas fuertes y mas debiles para las visitas a su pagina entre otros pudiendo asi tener criterio base para la toma de decisiones en cuanto a muchos aspectos de su estrategia como conocer de que partes, regiones o hasta paises visitan mas sus paginas y asi poder apuntar a futuros mercados o reforzar la presencia donde tengan sus puntos de ventas y pocas visitas a su pagina WEB. Asi como tambien existen las herramientas de analisis en redes sociales de las cuales tenemos bussiness manager en Facebook.