

ELEMENTOS DEL MARKETING MIX: Modelo 4P 'S | 4C' s

PRODUCTO / VALOR AL CLIENTE	<ul style="list-style-type: none">- ¿Qué producto/s tenemos?- ¿Qué busca el cliente en el producto? ¿Cuál es el problema al que damos solución?- ¿Cuál es nuestra Diferenciación / ventaja competitiva- Características: funcionalidades, usos, diseño, packaging, servicio post-venta, etc.- ¿Cómo es la Experiencia de cliente?- ¿Cuáles son los touchpoints clave?
PRECIO / COSTE	<ul style="list-style-type: none">- ¿En función de qué factor hemos fijado el precio: Coste, Competencia o Valor- ¿Cuál es el Coste total para el cliente? Tener en cuenta esfuerzos de los clientes.- ¿Cuál es nuestra estrategia de precios, en relación a los competidores?- ¿Cómo afecta el precio al posicionamiento? Descuentos agresivos, etc.- ¿Cuál es la sensibilidad al precio de la demanda?- Promociones, descuentos, etc.- ¿Formas de pago?
PROMOCIÓN / COMUNICACIÓN	<ul style="list-style-type: none">¿Cómo vamos a dar a conocer nuestro producto?- Marketing online- Publicidad offline- Fuerza de ventas<ul style="list-style-type: none">- RRPP- ¿Mix?
PLACE / CONVENIENCIA	<ul style="list-style-type: none">¿Cómo y dónde te compran tu producto?- Online y/o retail tradicional- Canales directos o indirectos: ventajas e inconvenientes (distribuidores, intermediarios, crecimiento...)<ul style="list-style-type: none">- Localizaciones y cobertura tiendas- Estrategias intensivas, selectivas o exclusivas- Benchmarking / competencia (incorporar la perspectiva de que están haciendo los demás)