

Actividad [3] - [- Estrategias de Masificación-]

[Desarrollo de Estrategias Tecnológicas]

Ingeniería En Desarrollo De Software

Tutor: Humberto Jesús Ortega Vázquez

Alumno: Josué de Jesús Laveaga Valenzuela

Fecha: 29/01/2024

INDICE

Introducción.....	1
Interpretación y Argumentación Del texto solicitado.....	1.1
Justificación.....	2
Creación De Buyer Persona	3
Matriz Porter.....	4
Estrategia Competitiva para Coppel Diferenciación Única...	5
Conclusion	6

Introducción

En esta actividad, nos sumergimos en un análisis estratégico profundo para delinear efectivas estrategias de marketing y posicionamiento en el mercado. Reconociendo la importancia de entender a fondo a nuestro público objetivo, comenzaremos diseñándola propuesta del buyer persona, un personaje ficticio pero representativo que encarna al consumidor final que buscamos cautivar. Esta construcción detallada nos permitirá comprender sus necesidades, deseos y comportamientos, proporcionando nuevas perspectivas para nuestras estrategias de negocio.

Posteriormente, nos sumergiremos en la matriz de las 5 fuerzas de Michael Porter, una herramienta analítica esencial para evaluar el entorno competitivo en el que operamos. Este análisis aborda factores como el poder de negociación de los compradores y proveedores, la amenaza de nuevos competidores, la presión de productos sustitutos y la intensidad de la rivalidad entre competidores existentes. Al identificar estos elementos clave, obtendremos una visión más clara de las dinámicas del mercado y las oportunidades de crecimiento.

Finalmente, construiremos una estrategia competitiva sólida. Utilizando los insights obtenidos del buyer persona y el análisis de las 5 fuerzas, diseñaremos un enfoque que destaque en el mercado. Exploraremos el camino de la diferenciación, comprometiéndonos con la calidad, la sostenibilidad y la conexión emocional con el cliente.

Interpretación y Argumentación Del texto solicitado

Nos adentramos en el terreno estratégico del marketing, abordando elementos cruciales para el éxito empresarial. El primer paso implica la creación del buyer persona, una representación detallada y ficticia del consumidor final que buscamos atraer. Este ejercicio va más allá de la demografía básica y se sumerge en las características psicográficas, comportamentales y emocionales del cliente. Construir este perfil nos proporciona una visión integral que guiará nuestras estrategias y decisiones de marketing, permitiéndonos adaptarnos de manera efectiva a las necesidades y deseos de nuestro público objetivo.

Posteriormente, en la matriz de las 5 fuerzas de Michael Porter, una herramienta analítica que arroja luz sobre las dinámicas competitivas de nuestro entorno empresarial. Este análisis profundo evalúa factores clave que determinan la competitividad de la empresa, desde el poder de negociación de los compradores hasta la amenaza de nuevos competidores. Interpretar estos aspectos nos brinda una comprensión crítica del terreno competitivo y nos ayuda a identificar áreas donde podemos destacar y mitigar riesgos.

Finalmente, la construcción de una estrategia competitiva efectiva se erige como el punto culminante de esta actividad. Al fusionar los insights del buyer persona y el análisis de las 5 fuerzas, nos embarcamos en la creación de un enfoque diferenciador. La diferenciación no solo implica destacar en términos de productos o servicios, sino también en la conexión emocional con el cliente y la alineación con sus valores. En resumen, esta actividad representa un viaje estratégico integral, desde la comprensión del cliente hasta la formulación de estrategias que impulsen la excelencia en un mercado competitivo.

Justificación

La implementación de la propuesta del buyer persona, la matriz de las 5 fuerzas de Michael Porter y la estrategia competitiva se justifica por su papel crucial en la toma de decisiones estratégicas fundamentales para el éxito empresarial.

El diseño del buyer persona ofrece una comprensión profunda y holística de los clientes, permitiendo a las empresas personalizar sus estrategias de marketing y producto de manera precisa. Al entender las necesidades, motivaciones y comportamientos del consumidor final, se optimiza la efectividad de las campañas y se aumenta la posibilidad de conexión emocional.







La matriz de las 5 fuerzas de Porter se erige como una herramienta esencial para evaluar el entorno competitivo. Proporciona una visión estructurada de los factores que afectan la competitividad de una empresa, desde las amenazas externas hasta las dinámicas internas.

Este análisis fundamentado permite a las organizaciones identificar áreas de oportunidad, mitigar riesgos y desarrollar estrategias que se alineen con la dinámica del mercado.

La construcción de una estrategia competitiva se justifica por su capacidad para diferenciar a la empresa en un mercado saturado. Al fusionar los datos del buyer persona con las revelaciones de la matriz de las 5 fuerzas, se forma una estrategia sólida que no solo destaca en productos o servicios, sino que también construye una conexión emocional con el cliente. Esta conexión no solo impulsa la lealtad del cliente, sino que también fortalece la posición de la empresa en el mercado.

Creación De Buyer Persona

<https://www.hubspot.es/make-my-persona>

	Canal favorito de comunicación Correo electrónico y redes sociales profesionales	Herramientas que necesita para trabajar Plataformas de análisis de datos, software de gestión de redes sociales, herramientas de SEO.
Nombre Alejandro López	Responsabilidades laborales Desarrollar estrategias de marketing digital, supervisar la ejecución de campañas publicitarias en línea, optimizar la presencia en redes sociales.	Su trabajo se mide en función de Generación de leads, ROI de campañas, aumento del tráfico web.
Puesto Gerente de Marketing Digi		
Edad 32 años		
Nivel de educación más alto Licenciatura en Marketing	Su superior es Director de Marketing	Metas u objetivos Aumentar la visibilidad de la marca en línea, mejorar la generación de leads, adoptar nuevas tecnologías para mejorar la eficiencia.
Redes sociales     		
Industria Agencia de Publicidad Digi		
Tamaño de la organización Más de 10.001 empleados	Obtiene información a través de Blogs especializados, webinars, eventos de la industria, redes sociales profesionales.	Dificultades principales Mantenerse al día con las últimas tendencias de marketing digital, asegurar un retorno positivo de la inversión en publicidad en línea, coordinar equipos multidisciplinares.

Explicación

Estos datos proporcionan una visión clara de quién es nuestro cliente ideal en el contexto de la plataforma web, permitiéndonos personalizar nuestras estrategias para satisfacer sus necesidades y expectativas.

Matriz Porter

<https://edit.org/edit/all/1i0hkd4ze>



LAS CINCO FUERZAS DE PORTER



RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

La industria minorista en la que opera Coppel es altamente competitiva, con varios competidores que ofrecen productos y servicios similares. La rivalidad se intensifica debido a la presión constante para atraer a los consumidores, mantener precios competitivos y mejorar constantemente la experiencia del cliente.



PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES

Los compradores tienen un alto poder de negociación debido a la variedad de opciones disponibles en la industria minorista. Coppel debe mantener precios competitivos y ofrecer experiencias de compra excepcionales para retener a sus clientes frente a otras opciones en el mercado.

AMENAZA DE PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTIVOS

Existen sustitutos en la industria minorista, como otras tiendas departamentales y compras en línea. Sin embargo, la diversidad de productos y servicios de Coppel, incluidos créditos y servicios financieros, reduce la amenaza de sustitución.



PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Los proveedores tienen un cierto poder de negociación, pero la presencia consolidada de Coppel y su capacidad para diversificar fuentes de suministro moderan este poder. La negociación se centra en mantener relaciones beneficiosas para ambas partes.

Estrategia Competitiva para Coppel Diferenciación Única

Coppel puede destacarse en el mercado minorista mediante una estrategia de diferenciación única que refleje sus valores y enfoques específicos.

Aquí se presentan enfoques más acordes a la marca:

Inclusión y Diversidad:

Enfocarse en la inclusión de productos y servicios que atiendan a diversas necesidades y gustos, reflejando la diversidad de la clientela de Coppel.

Colaborar con diseñadores y marcas que promuevan la inclusión y la diversidad en la moda y productos ofrecidos.

Compromiso con la Comunidad:

Desarrollar programas y alianzas que demuestren el compromiso de Coppel con las comunidades locales, brindando oportunidades de empleo y apoyo a proyectos sociales.

Sostenibilidad y Responsabilidad Ambiental:

Incorporar prácticas sostenibles en la cadena de suministro y ofrecer productos respetuosos con el medio ambiente.

Comunicar los esfuerzos de Coppel hacia la sostenibilidad y la reducción de impacto ambiental.

Experiencia de Compra Multicanal:

Integrar la experiencia de compra en tiendas físicas con plataformas digitales, permitiendo a los clientes una transición fluida entre compras en línea y offline.

Programas de Lealtad Innovadores:

Desarrollar programas de lealtad creativos que recompensen la fidelidad de los clientes con beneficios exclusivos, experiencias personalizadas y acceso anticipado a ofertas especiales.

Esta estrategia de diferenciación busca resaltar los valores únicos de Coppel, creando una conexión auténtica con sus clientes y posicionándola como una marca que va más allá de la simple transacción comercial. La autenticidad y el compromiso con las necesidades y valores de la comunidad serán los pilares de esta estrategia.

CONCLUSION

En la realización de esta actividad, se ha puesto de manifiesto la relevancia crucial de comprender y aplicar estrategias innovadoras en el ámbito empresarial. La construcción de un buyer persona, el análisis detallado de las fuerzas de Porter y la formulación de estrategias competitivas específicas no solo son ejercicios académicos, sino herramientas esenciales para orientar y potenciar el crecimiento de una empresa en la realidad del mercado.

En el campo laboral, la capacidad para diseñar estrategias de diferenciación, como se propuso en el paso 8, se vuelve esencial. La competencia cada vez más intensa demanda que las empresas no solo ofrezcan productos o servicios de calidad, sino que también construyan una identidad distintiva que resuene con los consumidores. La fidelización del cliente y la conexión emocional a través de estrategias innovadoras son aspectos que marcan la diferencia entre el éxito y la mediocridad empresarial.

En la vida cotidiana, la comprensión de estas estrategias ofrece una perspectiva valiosa para interpretar el comportamiento del mercado y tomar decisiones informadas en cualquier rol profesional. El análisis estratégico se convierte así en una habilidad transversal aplicable en diversas situaciones laborales, contribuyendo al desarrollo profesional y personal.

Referencias

<https://edit.org/edit/all/1i0hkd4ze>

<https://www.hubspot.es/make-my-persona>

<https://anatrenza.com/estrategia-diferenciacion/#:~:text=%E2%80%9CLa%20estrategia%20de%20diferenciaci%C3%B3n%20es,competitiva%20frente%20a%20la%20competencia.%E2%80%9D>