Analisis del mercado y conocer las necesidades y deseos del cliente

* Uno de los errores que mas suelen cometer las empresas es el de ***miopía de marketing***que consiste en vender un producto pensando en la propia empresa y no en satisfacer una necesidad o deseo del cliente.
* Por lo tanto la empresa tendrá primero que nada entender las necesidades y deseos del cliente.
  + **Necesidades**: Estados básicos de carencia que son percibidos por el cliente y, en consecuencia, forman parte de la naturaleza humana de manera física (comida, ropa, seguridad), social (afecto) e individualmente (conocimiento, autoexpresión).
  + **Deseos**: Forma que adoptan las necesidades cuando son procesadas y moldeadas por la cultura y la personalidad individual del cliente. Ej: Un estadounidense necesita comida pero desea una Big Mac.

Entender sobre sus necesidades y deseos será necesario para crear “**Ofertas de Mercado**”, que son los productos o experiencias que ofrecerá en respuestas a esas necesidades y deseos.

* Para hacer algo destinado específicamente para los clientes, es fundamental conocer los conceptos de **valor percibido** y la **satisfacción**:
  + Aportarle valor al cliente, de manera que este elija el producto debido a que percibe un beneficio extra que el resto de la competencia no ofrece, o que ofrecen a un costo mayor.
  + Lograr que el producto supere las expectativas del cliente.
* Todo esto es lo que genera crear una relación con el mismo que sea redituable, y es en lo que se enfoca el **marketing**.
* Ademas, **los clientes también realizan Marketing**. Estos últimos buscan productos, obtienen información sobre estos por parte de la empresa y lo compran, estableciendo en el proceso una relación con los vendedores. Entonces del lado del cliente en vez de tener una **oferta de mercado,** se tendrá una demanda**.**
  + **Demandas**: Deseos respaldados por el poder adquisitivo del cliente. Ej: Una persona demanda productos que le den beneficios, brindando máximo valor y satisfacción.
* En resumen, lo que se hace en el Marketing es atender un mercado de consumidores finales, enfrentándose a múltiples competidores.

1. Los vendedores investigan el mercado e interactúan con los consumidores para entender sus necesidades.

2. Crean sus ofertas de mercados y se las envían a los consumidores, ya sea por un mensaje directo o por intermediarios de marketing.

* + **Mercados**: Conjuntos de compradores actuales y potenciales que comparten una necesidad o deseo particular que puede ser satisfecho por dicho intercambio.