



Universidad
Continental

Marketing

Mg. Ing. Enrique Sarmiento





Universidad
Continental

Estrategias del Marketing Mix

Unidad IV – Tema I al IV - Sesión XV- XVI



Propósito

- Determinar las estrategias del mix de marketing
- Comprender que su correcta aplicación garantiza el éxito para la empresa, a través de la creación de valor para el cliente.





Marketing Mix



¿Qué es el Marketing Mix?

Conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina **para producir una respuesta deseada en el mercado meta.**



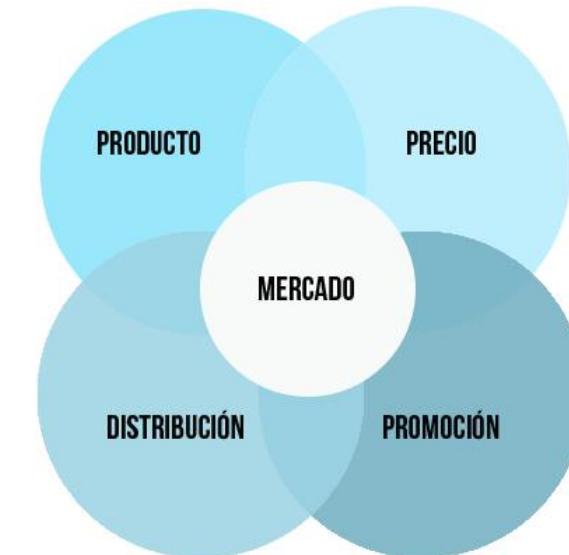


¿Qué es el Marketing Mix?

El concepto de las 4 P's, se constituye en la clasificación más utilizada para estructurar las herramientas o variables de la mezcla de mercadotecnia.

Las 4 P's consisten en:

- ✓ Producto
- ✓ Precio
- ✓ Plaza
- ✓ Promoción





El Producto



Niveles de un Producto





Niveles de un Producto

Centro de Estimulación Temprana



1. *Beneficio Básico*
2. *Producto Básico*
3. *Producto Esperado*
4. *Producto Aumentado*
5. *Producto Potencial*



Niveles de un Producto



Es lo que realmente busca el consumidor en la compra y uso del producto. Es emocional

Beneficio Básico:

- ✓ Desarrollo de habilidades de los bebes.
- ✓ Estrechar lazos entre padres e hijos.



Niveles de un Producto



Elementos y características visibles de un bien.

Producto Básico:

Sesiones especializadas para potencializar las habilidades:



- ✓ Lingüístico / Musical
- ✓ Intrapersonal / Interpersonal
- ✓ Lógico Matemático



Niveles de un Producto



Conjunto de elementos y atributos que el cliente espera encontrar

Producto Esperado:

- ✓ Profesionales con experiencia
- ✓ Área de aseo y vestidores.
- ✓ Patio de recreo y juegos.
- ✓ Material didáctico en óptimas



Niveles de un Producto



Conjunto de elementos y características que sobrepasan las expectativas del consumidor.

Producto Aumentado:



- ✓ Estimulación en el agua.
- ✓ Estimulación de idiomas para bebés, infantes y padres.



Niveles de un Producto



Es el conjunto de elementos y atributos que existen a nivel conceptual, pero que aún no se han vuelto realidad

Producto Potencial:

- ✓ Estimulación con Delfines.
- ✓ Programa de niños extraordinarios.
- ✓ Estimulación con hologramas
- ✓ Pizarras digitales.



Atributos de un Producto

Es importante considerar los atributos del producto para su comercialización

- Marca
- Nivel de Calidad
- Características Físicas
- Empaque
- Rotulado





Ciclo de Vida de un Producto

Es importante considerar el ciclo de vida del producto para aplicar el marketing Mix.



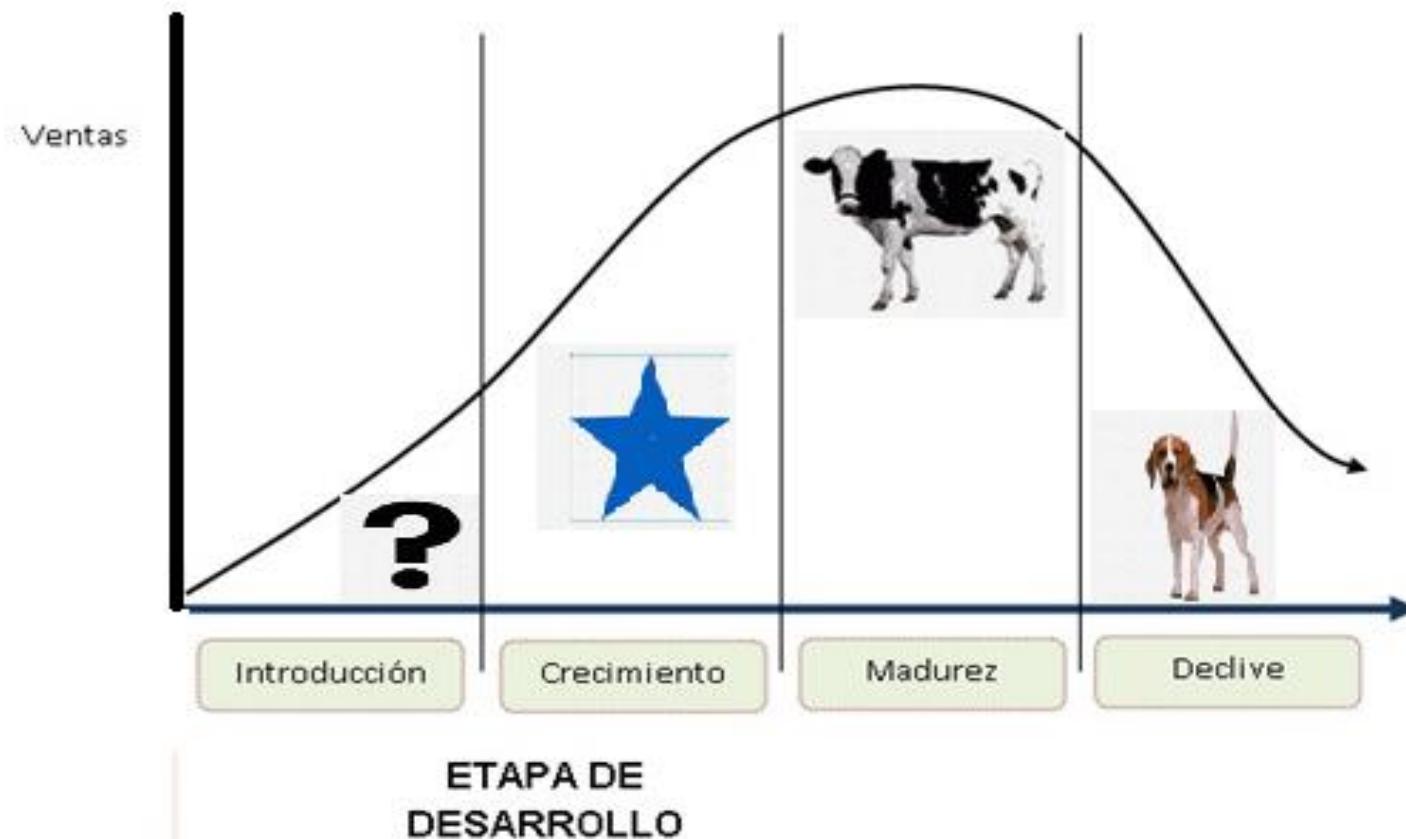


Matriz BCG de un Producto





Matriz BCG de un Producto





Matriz BCG de un Producto

Estrella

Gran crecimiento y participación de mercado.

Potenciar al máximo el producto hasta su madurez.

Interrogante

Gran crecimiento y baja participación de mercado.

Reevaluar las estrategias del producto.

Vaca Lechera

Bajo crecimiento y alta participación de mercado.

Impulsar el producto para ser una estrella.

Perro

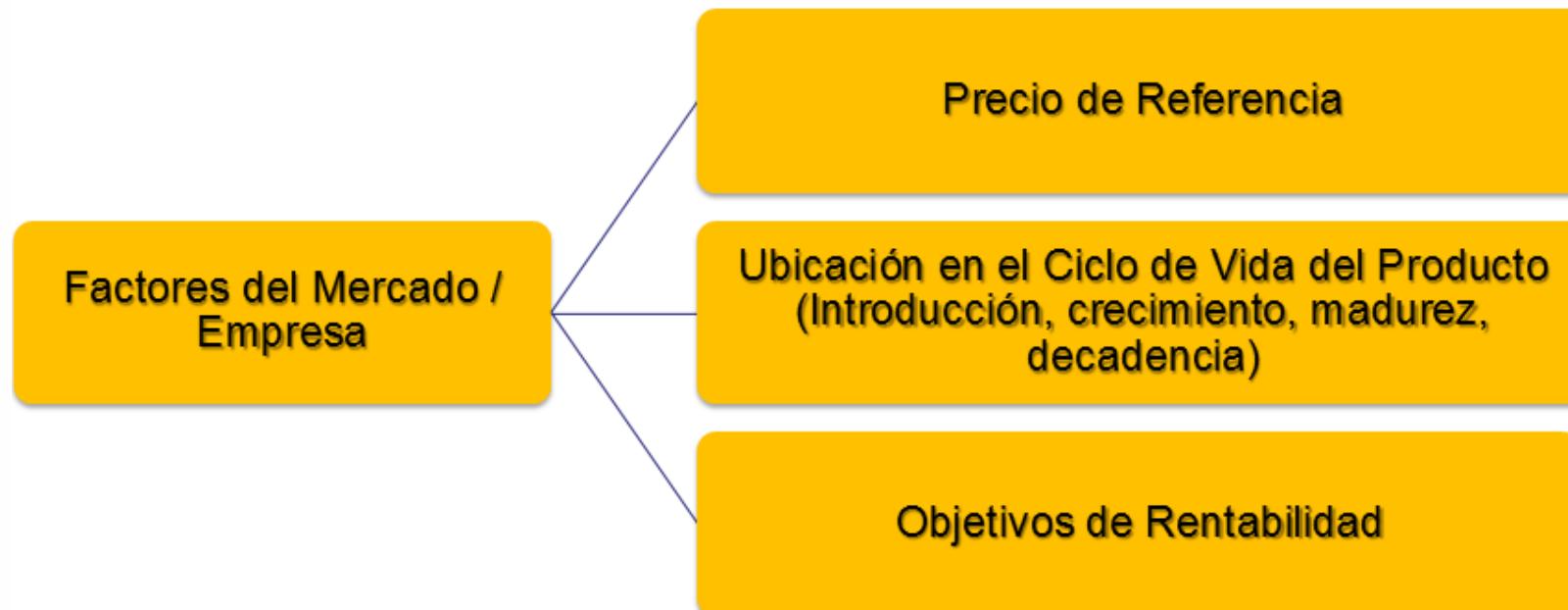
No hay crecimiento y baja participación de mercado.

Retirar el producto del mercado.





Factores que influyen en el Precio





Estrategias de Precio para ingresar mercados



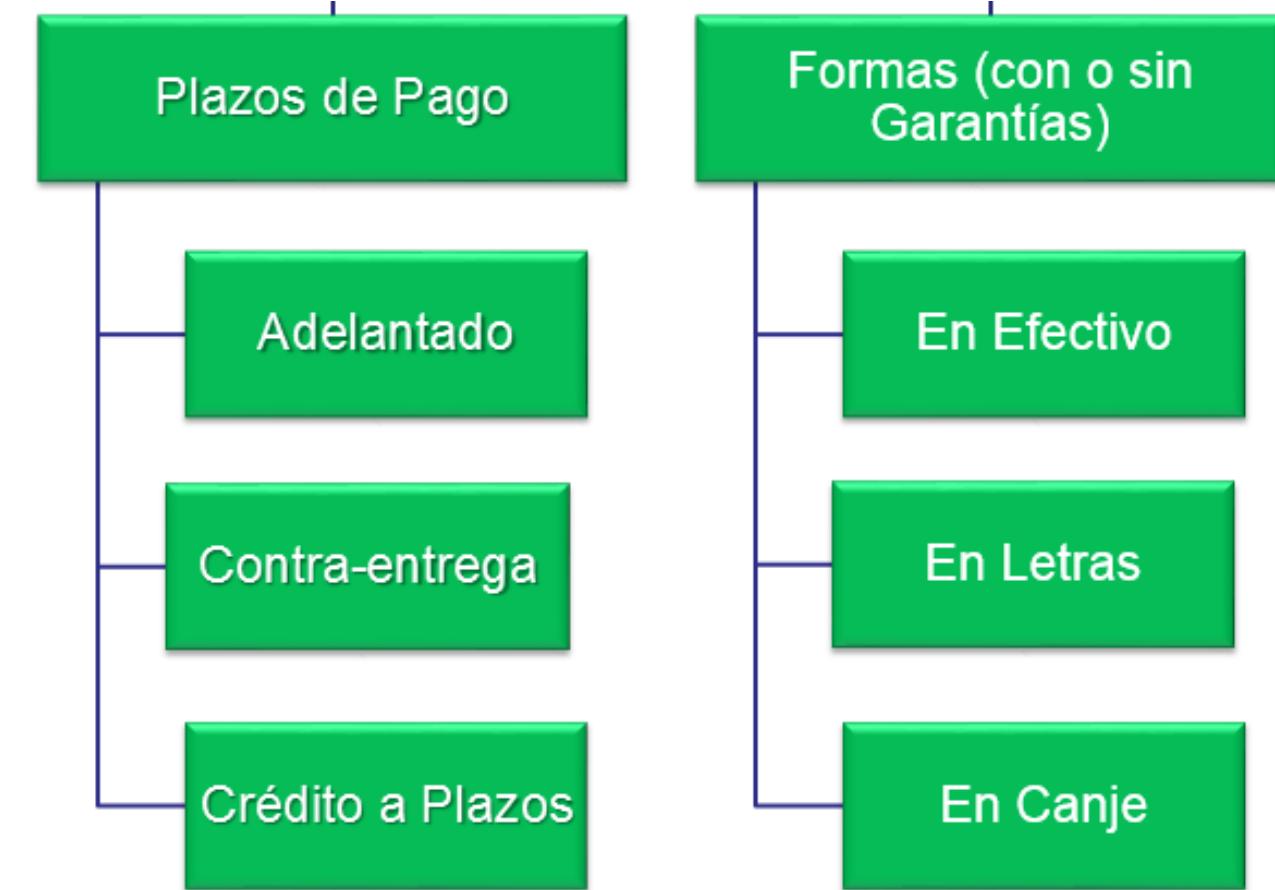


Márgenes a lo largo del Canal de Distribución



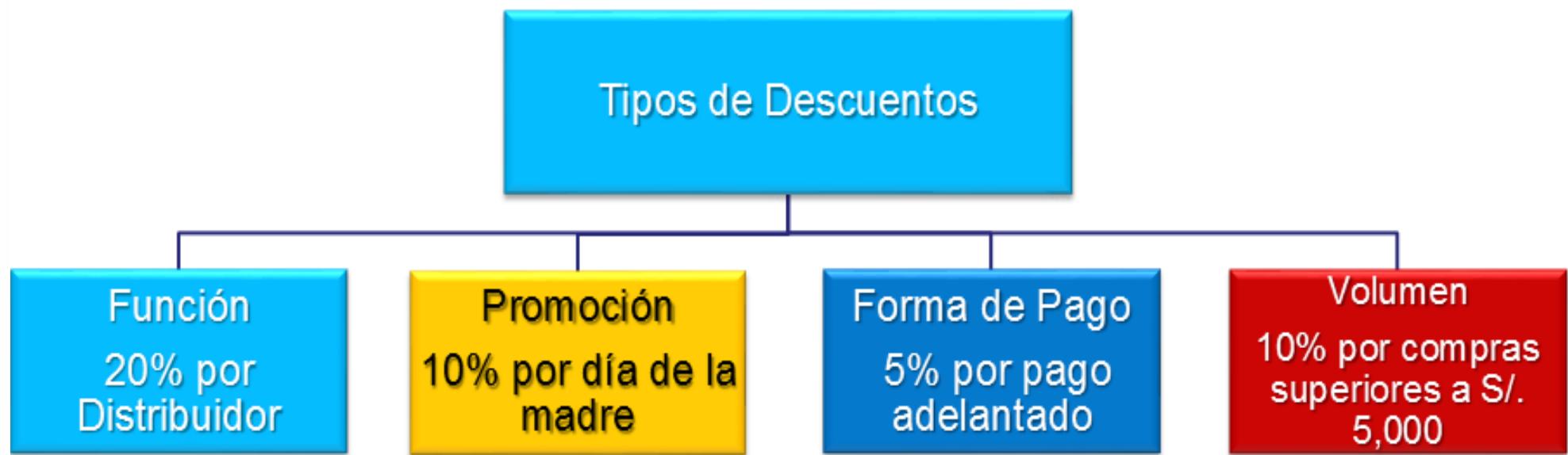


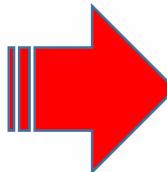
Plazos y Formas de Pago





Descuentos





(c) 2009 - Octubre Digital - <http://www.octubre.com.uy>

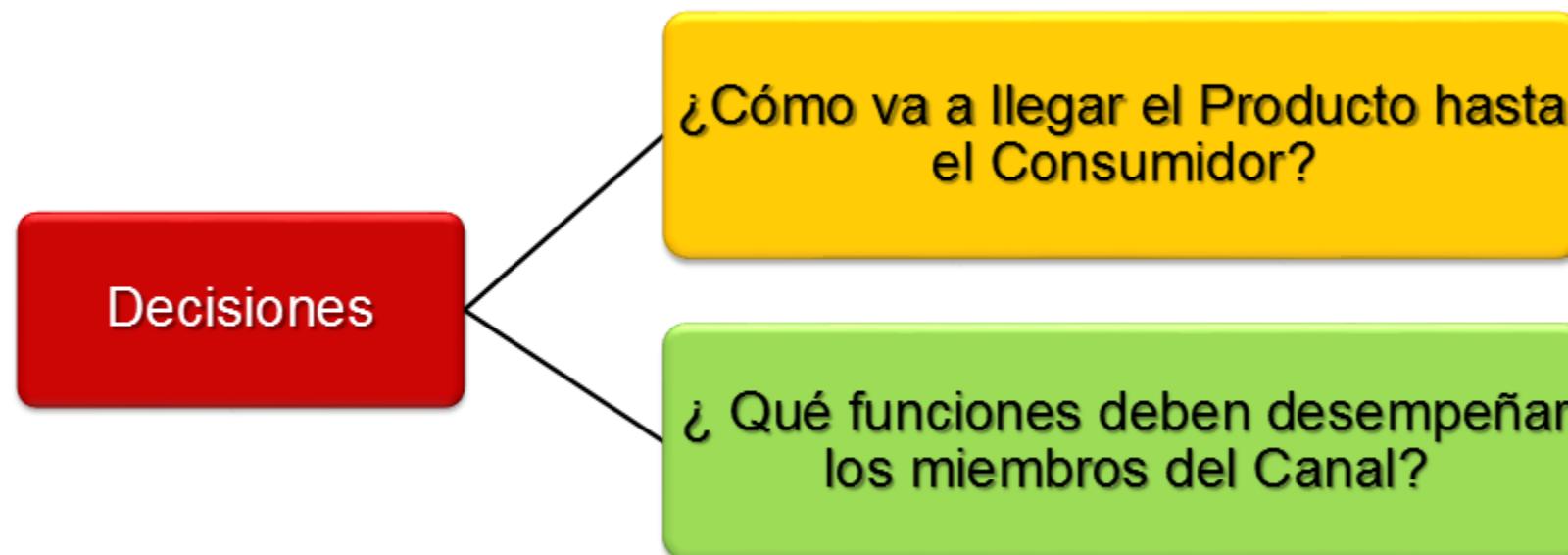
(c) 2009 - Octubre Digital - <http://www.octubre.com.uy>

Plaza

ucontinental.edu.pe



Principales decisiones referente a la distribución





Estrategia de Distribución

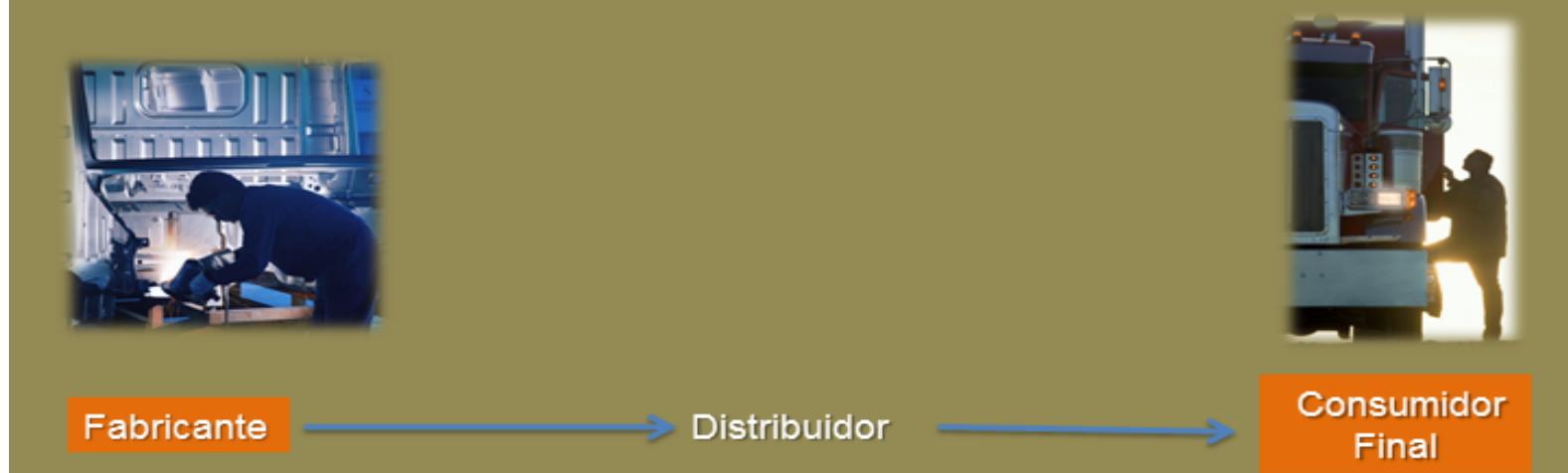


- Factores a Considerar
 - Material durable / - Márgenes bajos
 - Especulación y acaparamiento frecuentes



Estrategia de Distribución

¿ Cómo llega un Camión de Carga hasta el consumidor final ?

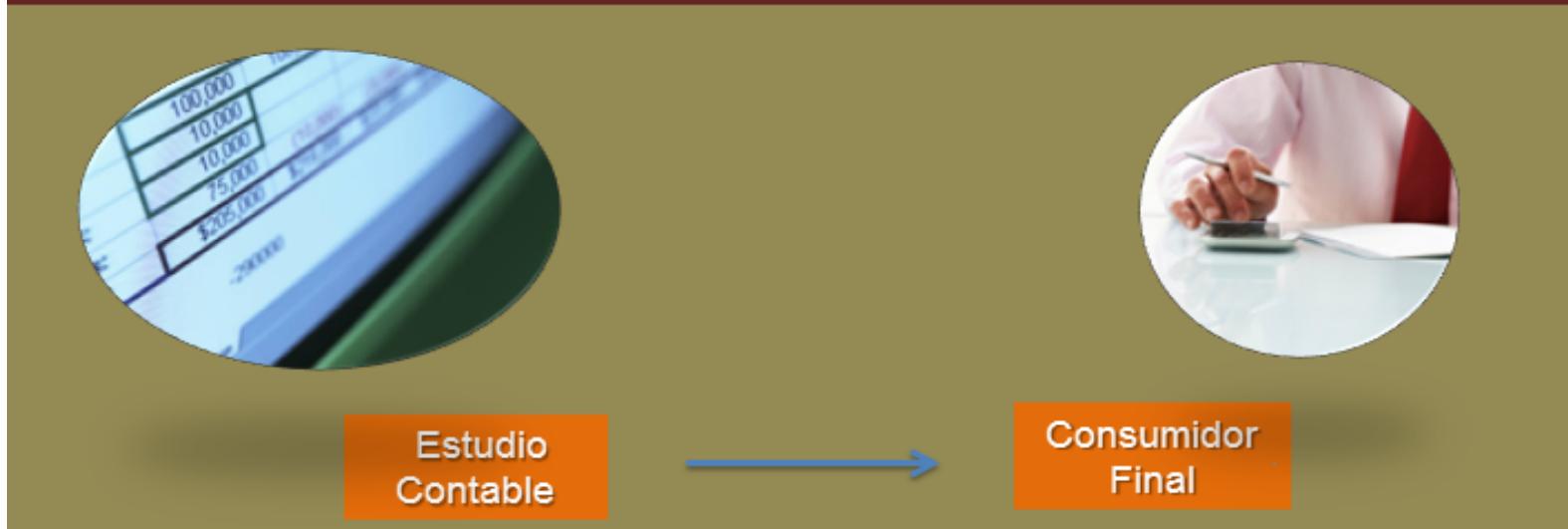


- Factores a Considerar
 - Servicio Técnico y Repuestos tienen que estar en el canal
 - Márgenes altos / distribución exclusiva



Estrategia de Distribución

¿ Cómo llega el Servicio de un Estudio Contable hasta el Consumidor Final ?



- Factores a Considerar
 - Marco legal / - Alta Complejidad Técnica
 - Riesgo de incobrabilidad



Funciones del Canal – Bienes y Servicios

- ✓ Vender
- ✓ Referenciar
- ✓ Informar
- ✓ Reducir riesgo financiero
- ✓ Despachar
- ✓ Promocionar

- ✓ Brindar Soporte Técnico
- ✓ Representación Legal
- ✓ Cobrar
- ✓ Cambiar mercadería
- ✓ Investigación de Mercados



Canales de Distribución Electrónico

Únicos distribuidores de servicios que
no requieren interacción humana directa

Y un vehículo electrónico
para entregarlo:

- ✓ Internet
- ✓ Web
- ✓ Teléfono
- ✓ Televisión
- ✓ Cajero Automático



CORRE

REBAJAS SOBRE REBAJAS

50%
descuento.

en miles de productos
de temporada

+20%
adicional

exclusivo con CMR

Para que disfrutes tu gratis... Llegó el verdadero

Del 30 de Junio al 13 de Julio del 2011

3 x 2

Llevando 3 la unidad te sale a:
S/. 3.80 c/u

YOGURT MILKITO X 1 KG.
PRECIO PACK POR 3 S/. 11.40

TOTTUS
Paga menos Vive mejor

Promoción

YA COMENZÓ
GRAN LIQUIDACIÓN



**PROMOCIÓN
2x1**

50% DSCTO.
EN MILES DE PRODUCTOS DE VERANO



Estrategias de Promoción





Publicidad

- Anuncios en ...
 - TV
 - Radio Prensa
 - Revistas
 - Paneles
 - Publireportaje
- Fines Económicos





Propaganda

- Noticias – artículos periodísticos
- No tiene fin económico, sino ideológico.

*Pablo fin
NO roba
NO miente
NO es ocioso*

ALIANZA PARA
EL GRAN CAMBIO

MARCA ASÍ PARA PRESIDENTE

PPK

Para ser buen Presidente:

Ama sua
No seas ladrón

Ama kella
No seas mentiroso

Ama llulla
No seas ocioso

PPK PRESIDENTE
www.ppk.pe
PEDRO PABLO KUCZYNSKI



Diferencia entre Publicidad y Propaganda





Comunicación Directa con el Cliente



- **Call-centers**
- **Envío de muestras gratis**
- **Envío de catálogos**
- **E-Mail**
- **Webs**



Comunicación en el Punto de Venta





Comunicación en el Producto

- Dentro del envase, para otro producto :
- En el envase de shampoo se anuncia el reacondicionador.





Retroalimentación

¿Cuáles son las herramientas del Marketing Mix ?

¿Cuáles son los niveles de un producto?

¿Cuáles son los factores que influyen en el Precio?

¿Cuáles son las principales decisiones de distribución?

¿Cuáles son las principales estrategias de promoción?





ucontinental.edu.pe