

# Estrategias Defensivas y Ofensivas de Marketing

Asignatura: Auditoría de Mercadotecnia

Docente: MA Diana P. Nelson





# Objetivo General

- Comprender las estrategias defensivas y ofensivas de marketing que puede adoptar una empresa.

# Objetivos Específicos

- Conocer las diferentes estrategias defensivas.
- Conocer las diferentes estrategias ofensivas.



# Estrategias Defensivas y Ofensivas de mercado





# Estrategias Defensivas y Ofensivas de mercado





# Estrategias Ofensivas



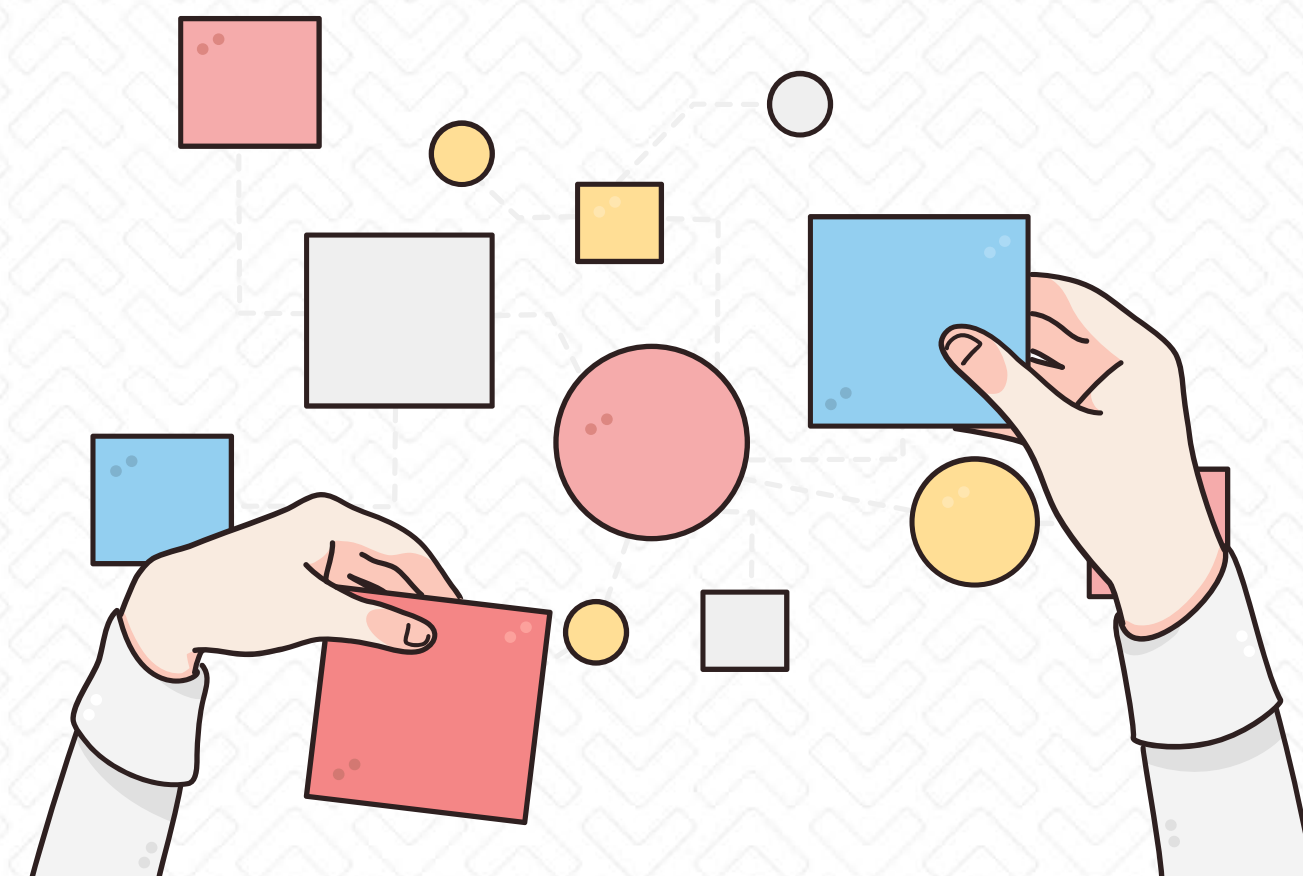


# Estrategias Ofensivas

Estas estrategias buscan lograr crecimiento mediante la incursión o desarrollo de mercados existentes o nuevos.

Son las que permiten a las compañías:

- Desarrollar mercados emergentes, cuando la empresa ya tiene una posición dominante.
- Mejorar la posición competitiva, cuando la empresa tiene ventajas por debajo de la media o en situación promedio.
- Entrar a nuevos mercados donde la empresa no tiene una posición ganada.





# Estrategias Ofensivas

## Crecer en Mercados Existente

Crecimiento de la cuota de mercado

Crecimiento de los ingresos por clientes

Entrada de nuevos segmentos del mercado

Aumentar la Demanda del Mercado

## Mejorar los Margenes

Mejorar la lealtad y nivel de recompensa de los clientes

Mejorar la ventaja en diferenciación

Disminución de los costes

Desarrollo de ventajas en marketing

## Diversificar el crecimiento

Entrar en nuevos mercados

Entrar en nuevos mercados no relacionados

Entrar en nuevos mercados emergentes

Desarrollar nuevos mercados



# Estrategias Ofensivas

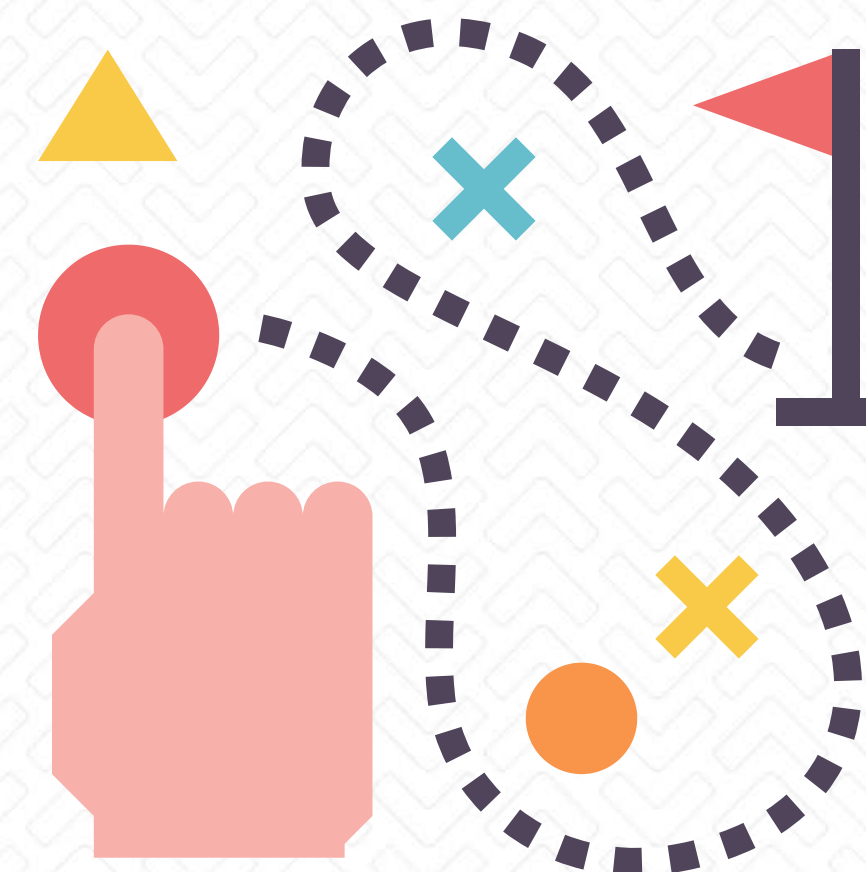
## Estrategias de Crecimiento

### Incrementar los ingresos

- Campañas con objetivo basado en cuotas
- Analizar descuentos y/o revisar precios de mercado
- Capacitar impulsadores y/o anfitrionas

### Desarrollar nuevas líneas

- Programar lanzamientos de nuevos productos
- Desarrollar catálogos, afiches y folletos
- Campañas para realizar cross selling





# Estrategias Ofensivas

## Estrategias de Crecimiento

### Realizar alianzas estratégicas

- Participar en ferias y eventos del sector
- Relacionarse con gremios y empresas similares

### Retener cartera de clientes

- Realizar campañas de marketing directo
- Asignar material POP en canales de comercialización
- Programa de fidelización para clientes especiales





# Estrategias Ofensivas

## Estrategias de Crecimiento

### Incrementar nuevos clientes

- Incentivos por primera compra (obsequios, bonos)
- Desarrollar catálogo de productos
- Campaña de referidos

### Desarrollar servicio al cliente

- Incrementar cobertura de llamadas telefónicas
- Desarrollar campañas de telemarketing





# Estrategias Ofensivas

## Estrategias de Crecimiento

### Expansión del negocio

- Inauguración de nuevas sucursales
- Abrir nuevos canales de comercialización

### Estudios de mercado

- Estudio de comportamiento de compra
- Estudio de posicionamiento
- Análisis de la competencia





# Estrategias Defensivas





# Estrategias Defensivas

Buscan maximizar los beneficios a corto plazo y proteger o mejorar las posiciones globales de los negocios.

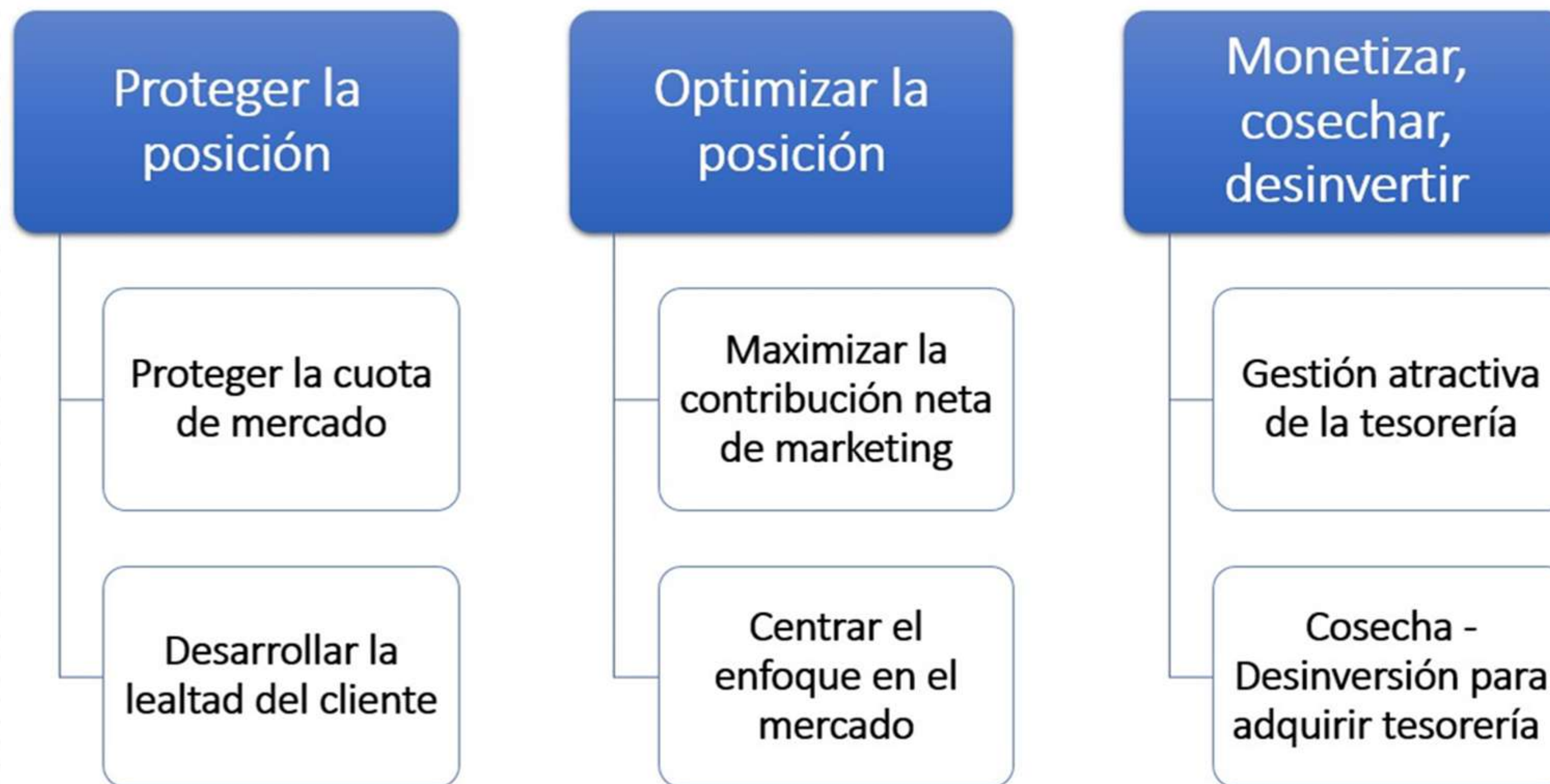
Los objetivos que persiguen estas estrategias:

- Proteger la rentabilidad y las posiciones estratégicas claves.
- Gestionar la rentabilidad de las empresas que están por encima de su potencial de crecimiento y rentabilidad.





# Estrategias Defensivas





# Estrategias Defensivas

## Estrategias de Defensa

### Posicionar productos fastmoving

- Despliegue de campaña publicitaria
- Elaborar material POP en tiendas
- Programa de incentivos para tiendas

### Programar capacitaciones con clientes

- Plan de charlas técnicas mensuales
- Promociones especiales por asistencia





# Estrategias Defensivas

## Estrategias de Defensa

### Plan de visitas técnicas

- Elaborar material técnico de productos
- Servicio técnico con unidad móvil equipada

### Eficiencia en costos

- Elaborar control de gastos de marketing
- Comprar merchandising en cantidades adecuadas para disminuir gastos de materiales.
- Celebrar contratos con medios para optimizar gastos





# Estrategias Defensivas y Ofensivas de Marketing

Asignatura: Auditoría de Mercadotecnia

Docente: MA Diana P. Nelson

