

MARKETING

Tomas Borquez, Daniel Diez,
Sebastián Prieto, Benjamin Vial

DEFINICIÓN

Área de una empresa encargada del desarrollo de estrategias de ventas que ayudan a las organizaciones a situarse en una buena posición dentro del mercado en el que se desarrollan. Logrando que la empresa sea más rentable y la optimización de recursos

Funciones Principales

1. La investigación de mercado

Es una función en la cual se conecta al consumidor con el vendedor mediante información, se utiliza para llegar a público objetivo identificando problemas y oportunidades. Tal como preferencias, deseos y hábitos.

2. El Análisis del producto o servicio y sus competidores

El producto o servicio se analiza para ver qué posición ocupará este bien, cuáles son sus áreas de oportunidad, canales de distribución, etc. También se analiza a la competencia y sus estrategias con puntos débiles.

3. La planificación y desarrollo de estrategias de marketing

Se basa en crear las estrategias necesarias que nos lleven a cumplir nuestros objetivos.

4. Desarrollo de pronósticos

El desarrollo puede ser a corto y largo plazo. Con estos pronósticos se pueden definir los tiempos. (Cuando podremos conseguir los objetivos)

5. Comunicación externa e interna

La comunicación externa toma en cuenta la comunicación con el público o público potencial vía redes sociales por ejemplo

La comunicación interna es la información que entrega el departamento de cada área sobre la situación y sus acciones al resto del personal.

Información relevante para el Marketing

- Bases de datos adquiridas: se pueden almacenar grandes cantidades de información de marketing, ventas y usuarios. Actualmente hay diferentes tipos de bases de datos, es decir, aquellas que se utilizan para proporcionar información acerca de los consumidores y sus tendencias comerciales.
- Datos internos de la empresa: empresas que contemplen informes de ventas y marketing significa que tiene información muy valiosa. No hay nada mejor que los datos internos para la toma de decisiones estratégicas.
- Investigación de mercado: son datos recopilados a partir de una investigación primaria o secundaria. Deben contener datos relevantes para la organización.
- Marketing intelligence: es información obtenida por sistemas inteligentes de publicaciones comerciales, ferias corporativas, simples charlas con distribuidores o mystery shopper.

Todas estas informaciones pueden ser integradas por un CRM, gestión de contenido, sitio web, plataformas de redes sociales.

KPIS IMPORTANTES PARA EL AREA DE MARKETING

- 1) Retorno de Inversion (roi) ingreso que genera nuestra campaña
- 2) aumento de ventas: muestra que la estrategia de marketing planteada funciona
- 3) fuentes del trafico: conocer los medios por los cuales los usuarios se enteran de tu campaña.
- 4) medicion de tasa de exito:: objetivo es medir la eficiencia de las acciones implementada.
- 5) embudo de ventas: como convertir a los usuiarios en clientes.
- 6) palabra clave: analizar el ranking que ocupan nuestras palabras clave para medir y entender la eficiencia de nuestra estrategia SEO.

5 Tecnologías para mejorar el desempeño del area

- 1) Home Office:** durante la pandemia se encontraron nuevas formas de desempeño en una organización como es el home office, que vendría siendo el poder trabajar y utilizar el marketing desde tu hogar, por distintos casos de ausencia en la oficina, de forma presencial ocupando la tecnología para ganar eficiencia.
- 2) Google Analytics:** permite tener control y resultados de las ventas realizadas mediante la web o sitio.
- 3) Hub-spot:** software dedicado a la automatización de los análisis de los datos, Permite a la empresa organizar y recolectar información relevante. Además cuenta con un CRM, que permite gestionar la relación con los clientes.
- 4) Get Response:** software que se enfoca en generar respuestas automatizadas vía e-mail, además de crear encuestas y diseñar campañas desde la misma vía. Soluciona el problema de la atención a las dudas dentro del marketing, además de recolectar datos para un marketing más especializado.
- 5) Buzzumo:** útil para generar estrategias de contenido dentro del marketing. además, permite obtener información de la competencia y de sus contenidos o productos más exitosos.